



PKA-FORTBILDUNG

Mitmachen und punkten!

PLATZIERUNG

	A	B	C
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Einsendeschluss ist der
30. Juni 2014.

DIE PTA IN DER APOTHEKE
Stichwort: »Platzierung«
Postfach 57 09
65047 Wiesbaden

Oder klicken Sie sich bei
www.pta-aktuell.de
in die Rubrik Fortbildung.
Die Auflösung finden Sie dort
in zwei Monaten.

Unleserlich, uneindeutig oder unvollständig ausgefüllte Fragebögen können leider nicht in die Bewertung einfließen, ebenso Einsendungen ohne frankierten/adressierten Rückumschlag.

In dieser Ausgabe von DIE PTA IN DER APOTHEKE 05/2014) sind zum Thema zehn Fragen zu beantworten. Lesen Sie den Artikel, kreuzen Sie die Buchstaben der richtigen Antworten vom Fragebogen im nebenstehenden Kasten an und schicken Sie diesen Antwortbogen zusammen mit einem adressierten und frankierten Rückumschlag an unten stehende Adresse. Oder Sie klicken sich bei www.pta-aktuell.de in die Rubrik Fortbildung und beantworten den Fragebogen online. Wer mindestens acht Fragen richtig beantwortet hat, erhält in der Kategorie 7 (Bearbeitung von Lektionen) einen Fortbildungspunkt. Dieser wird von den Apothekerkammern Hamburg und Nordrhein (Veranstaltungsnummer 2014-9/PKA) vergeben und gilt in den Kammerbezirken Nordrhein und Hamburg.

Ihr Fortbildungspunkt zum Thema

Datum

Stempel der Redaktion

Absender

Name

Vorname

Beruf

Straße

PLZ/Ort

Ich versichere, alle Fragen selbstständig und ohne die Hilfe Dritter beantwortet zu haben.

Datum/Unterschrift



Kreuzen Sie bitte jeweils eine richtige Antwort an und übertragen Sie diese auf die Titelseite der Fortbildung.

1. Bitte richtig ergänzen: „Category Management“ ...

- A. ist ein Begriff aus der Personalführung und beschreibt einen kategorisch durchgreifenden Führungsstil.
- B. ist ein Marketingbegriff, der mit „Warengruppenmanagement“ übersetzt werden kann.
- C. bezeichnet den Einkauf von Waren nach reinen Preisgesichtspunkten.

2. Vervollständigen Sie den Satz korrekt: Das Konzept des „Category Management“ kam ...

- A. zu Beginn des neuen Jahrtausends im Schwellenland Indien erstmals auf.
- B. vom EU-Parlament, mit dem Ziel Europas Wirtschaft zu stärken.
- C. zu Beginn der 1990er-Jahre in den USA auf.

3. Was stimmt nicht? Vorreiter bei „Category Management“-Systemen im Einzelhandel sind besonders ...

- A. Apotheken.
- B. Drogeriemärkte.
- C. Lebensmitteleinzelhändler.

4. In der Apotheke ist „CM“ ein ...

- A. Prozess, um Frei- und Sichtwahlsortiment optimal nach Kunden- und Handelsinteressen auszurichten.
- B. schon seit Jahren praktizierter, fortlaufend verbesserter Qualitätsmanagementprozess.
- C. neu - dank Apothekenbetriebsordnung - einzuführendes Kontrollinstrument.

5. CM soll keineswegs dafür sorgen, dass ...

- A. die Sortimentsauswahl und -gestaltung optimiert wird.
- B. der Kunde sich leichter orientieren kann.
- C. die Verweildauer des Kunden in der Apotheke verkürzt wird.

6. Was ist auf jeden Fall ein Ziel von „CM“? Es ...

- A. dient dazu, die „Penner“ also Langsamdreher endlich abzuverkaufen.
- B. soll zur Optimierung des Käuferlebnisses beitragen.
- C. dient hauptsächlich dazu, unbekannte „No Name“-Produkte einzuführen und zu bewerben.

7. Welchem Satz stimmen Sie am wenigsten zu?

- A. Beim „CM“ ist wichtig, aus Sicht des Kunden zu denken und die richtigen Kaufimpulse zu setzen.
- B. Beim „CM“ sind zusammengehörige Warengruppen (Kategorien) klar zu definieren.
- C. Die „CM“-Umsetzung wird in der Regel über einen Ein-Schritt-Prozess erreicht.

8. Für die Entscheidung, ob ein Produkt in Schublade, Sicht- beziehungsweise Freiwahl gehört, ...

- A. ist im „CM“ eine solide Auswertung der Zahlenbasis unabdingbar.
- B. reicht im „CM“ - neben den rechtlichen Vorgaben - die eigene Überzeugung vom Produkt.
- C. sind im „CM“ Einkaufskonditionen und Stücknutzen Hauptentscheidungskriterien.

9. Nicht korrekt ist: Die CM-Umsetzung umfasst ...

- A. auch die Raumgestaltung in der Offizin sowie die Regalüberschriften.
- B. die Berücksichtigung der individuellen Apotheken-Personalsituation.
- C. auch ein Planogramm, indem die genaue Bestückung und Platzierung der Regale dargestellt ist.

10. Studien zeigten: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines Kunden in der Apotheke beträgt bei ...

- A. 20 Prozent der Kunden über zehn Minuten.
- B. fast der Hälfte aller Kunden nur vier bis fünf Minuten.
- C. bei gut einem Viertel der Kunden weniger als eine Minute.