

Business-to-Business

Marketing für die Apotheke – da denkt man als allererstes an den Kunden in der Offizin. Aber auch **Geschäftspartner** sind eine wichtige Zielgruppe, der man als professioneller Partner gegenüber treten sollte.

Kontakte mit Mitarbeitern von Arztpraxen, Großhandel, Pflegeheimen, Krankenkassen, Handwerksbetrieben gehören genauso zu Ihrem Apothekenalltag wie die Beratung der Kunden in der Offizin. Auch diese Kontakte transportieren ein Apotheken-Image und können für Ihr Marketing genutzt werden.

Im gleichen Boot: Partner aus dem Gesundheitswesen Egal, ob Sie gerade mit der Arzthelferin, dem Arzt, einer Hebamme oder dem Mitarbeiter eines Pflegeheims sprechen – machen Sie jeden Kontakt mit den Fachkollegen zu einer kleinen Mar-

ketingaktion für Ihre Apotheke. Dazu braucht es nicht viel: Freundlichkeit, Respekt und Höflichkeit sollten wie in der Offizin auch bei diesen Geschäftskontakten selbstverständlich sein. Erkennen Sie sich gegenseitig als Experten in Sachen Gesundheit an und bringen Sie Verständnis für die Situation des Gegenübers auf. Betrachten Sie auch diese Partner als Kunden und fragen Sie sich – wie beim Marketing für Ihre „richtigen“ Kunden – welche Bedürfnisse Ihr Gegenüber hat und was Sie tun können, um sie zu befriedigen. Versuchen Sie, dem Fachkollegen seine Arbeit zu erleichtern und überlegen Sie, wie Sie mit Ihrem Anliegen möglichst wenig Umstände und zusätzliche Arbeit verursachen. So wird Ihr Apothekenteam beim Gegenüber nicht als Nervfaktor eingestuft, sondern als angenehmer, professioneller Partner, den man gerne im Bedarfsfall auch selber als Kunde aufsucht und den man auch mal weiter empfiehlt.

Nebenbei bauen Sie durch die Kontaktpflege ein Netzwerk auf und erhalten einen Überblick über Gesundheitsangebote in Ihrer Umgebung.

Der Kunde ist König Und ab und zu sind auch Sie als Apothekenteam Kunde und damit König: beim pharmazeutischen Großhandel, bei Ihrem Steuerberater, beim Elektriker, beim Bürofachhandel. Hier können Sie selber Ihre Wünsche äußern und erwarten, dass sie erfüllt werden. Aber vermeiden Sie lieber Diva-artiges, anspruchsvolles Verhalten. Nutzen Sie vielmehr genau diese Situationen

für Ihr Apothekenmarketing, um einen positiven Eindruck bei potenziellen Kunden zu hinterlassen. Auch Ihre Geschäftspartner benötigen irgendwann einmal Medikamente, da ist es von Vorteil, wenn Ihr Team als angenehmer und professioneller Partner in Erinnerung blieb. Von gravierendem Nachteil ist allerdings der gegensätzliche Fall: Wenn jemand von der Zusammenarbeit mit Ihnen negative, nervige Erinnerungen mitnimmt, sind diese sehr hartnäckig und werden ihn nicht nur abhalten, bei Ihnen einzukaufen, sondern er wird sie auch im Bekanntenkreis zum Besten geben. So entsteht im Schneeballsystem rasch ein Image, das der Apotheke schadet.

Die Interessen Ihrer Apotheke

Ein freundliches, partnerschaftliches Verhalten fördert dabei ein angenehmes Arbeitsklima, insbesondere, wenn es sich um eine dauerhafte Zusammenarbeit wie mit der Steuerberater-Kanzlei handelt. Grundlegendes wie Pünktlichkeit und Höflichkeit, die Einhaltung von Zusagen und Ankündigungen aber auch das pünktliche Begleichen von Rechnungen gehören dazu.

Behandeln Sie auch Geschäftspartner wie Kunden. Ein professioneller, respektvoller Umgang miteinander erleichtert Ihnen die Arbeit, kann im Alltag im Hinblick auf gute, hilfreiche Kontakte von Vorteil sein und sorgt überdies für ein rundum positives Image Ihres Teams. ■

Verena Gertz,
Marketingfachfrau und Journalistin



© Anthony Leopold / fotolia.com