

Gemeinsam stark

Sie als Apothekenteam sind für Ihre Kunden Dienstleister, die in Gesundheitsfragen weiterhelfen. Dienstleistungen werden von Kunden anders wahrgenommen und bewertet als Produkte. Zehn goldene Regeln helfen bei Ihrem Marketing.



© Mirko Raatz / fotolia.com

Es sind weniger die angebotenen Produkte, die eine Apotheke von der anderen unterscheidet, sondern die „weichen“ Faktoren, ihre Dienstleistungsqualität. Zehn „goldene Regeln“ haben sich für die Einschätzung dieser Dienstleistungsqualität herauskristallisiert, die Ihrem Team eine Richtschnur geben für Ihre Tätigkeit im Apothekenalltag. Sie liefern gleichzeitig aber auch Themen, die Sie in Ihren Marketingaktivitäten in den Vordergrund stellen können:

Erreichbarkeit Es muss leicht sein, den Anbieter einer Dienstleistung zu erreichen. Für Ihre Apotheke bedeutet das nicht nur, dass Öffnungszeiten immer wieder und bei jeder Gelegenheit kommuniziert werden sollten, sondern auch, dass Sie es Kunden leicht machen, Sie via Telefon oder auch E-Mail zu erreichen. Auch Hinweise auf Parkmöglichkeiten oder die leichte Erreichbarkeit mit dem Bus gehören in diese Kategorie.

Vertrauen Der Anbieter einer Dienstleistung muss dem Kunden vertrauenswürdig erschei-

nen. Dies gilt insbesondere für Apotheken, die ihre Dienstleistung im sensiblen und oft tabuisierten Spannungsfeld Krankheit-Gesundheit anbieten.

Verständnis Der Kunde erwartet, dass der Dienstleister seine Wünsche wirklich versteht. Kundenorientiertes Verhalten, genaues Beobachten, aktives Zuhören und „zwischen den Zeilen lesen“ sind die Stichworte, die Ihr Apothekenteam hier in die Waagschale werfen kann.

Zuverlässigkeit Der Kunde möchte sicher sein, dass er sich auf diesen Anbieter verlassen kann. Zugesagte Liefertermine von bestellten Produkten, die dann nicht eingehalten werden, sorgen hier beispielsweise für eine Negativbewertung seitens des Kunden, die Sie unbedingt vermeiden sollten.

Sicherheit Der Kunde möchte sicher sein, dass er bei der Dienstleistung keine Risiken und Gefahren eingeht. Das ist Ihre Trumpfkarte zum Beispiel gegenüber Internet-Versand-Apotheken.

Kompetenz Der Kunde erwartet das Vorhandensein des nötigen Fachwissens sowie der nötigen praktischen Fähigkeiten. Dies ist in der Apotheke ja sogar gesetzlich vorgeschrieben,

sollte aber immer wieder auch unter Beweis gestellt werden – unter anderem durch den nächsten Punkt.

Verständigung Der Kunde möchte vom Dienstleister eine ausreichende Erläuterung. Hier sind Sie doch in Ihrem Element, oder?

Höflichkeit Der Kunde möchte höflich behandelt werden und erwartet auch in schwierigen Situationen vom Dienstleister Sensibilität und Geduld.

Bereitschaft Der Kunde möchte nicht das Gefühl haben, mit seinem Anliegen zu stören. Vielmehr möchte er im Gegenteil die Bereitschaft bei seinem Gegenüber spüren, die gewünschte Dienstleistung gerne zu erbringen.

Erscheinung Vom Äußeren wird auf das „Innere“ geschlossen. Als positives Kriterium für die Qualität der Dienstleistung wird eingeschätzt, wenn schon das Erscheinungsbild der Mitarbeiter, des Verkaufsräumens, des Schaufensters, der Geräte etc. vermittelt, dass der Dienstleister selbst hohe Ansprüche an Qualität stellt. ■

Verena Gertz,
Marketingfachfrau
und Journalistin

Kytta®

Mit der heilenden
Urkraft der Natur



NEU
für unterwegs

Kytta® Geruchsneutral

Die pflanzliche Schmerzsalbe für unterwegs



Bei Muskel-, Gelenk- und Rückenschmerzen¹

- schnell und stark wie Kytta-Salbe® f – das Original
- ideal für tagsüber und unterwegs
- sehr gut verträglich

Auch als kleine, praktische
30 g Tube erhältlich – ideal
für die Handtasche.

¹ Bei akuten Rückenschmerzen, Kniearthrose, Prellungen, Zerrungen, Verstauchungen

* D'Anchise et al., Arzneimittel-Forschung (Drug Research) 2007, 57(11): 712-716.

Kytta® Geruchsneutral / Kytta-Salbe® f. Wirkstoff: Beinwellwurzel-Fluidextrakt. **Zusammensetzung:** 35,0 g Beinwellwurzel-Fluidextrakt (1:2; Auszugsmittel: Ethanol 60 Vol.-%) in 100 g Salbe. **Sonstige Bestandteile:** 2-Phenoxyethanol-[butyl, ethyl, methyl, (2-methylpropyl), propyl] (4-hydroxybenzoat), Natriumhydroxid, PPG-1-PEG-9 Lauryl Glycol Ether, Cetylstearylalkohol, Glycerolmonostearat, Natriumdodecylsulfat, Erdnussöl, gereinigtes Wasser. **Kytta-Salbe® f** enthält zudem noch Lavendelöl, Fichtennadelöl, Rosmarinöl und weitere Geruchsstoffe als Bestandteile des Parfümöls Spezial PH (enthält u. a. Benzylbenzoat). **Anwendungsgebiete:** Zur äußerlichen Behandlung von Schmerzen und Schwellungen bei Kniegelenksarthrose degenerativen Ursprungs; akuten Myalgien im Bereich des Rückens; Verstauchungen, Prellungen und Zerrungen nach Sport- und Unfallverletzungen. **Gegenanzeigen:** Überempfindlichkeit gegenüber den Inhaltsstoffen. Nicht auf geschädigter Haut, offenen Wunden, Schleimhäuten, Augen. In der Schwangerschaft Rücksprache mit dem Arzt. **Nebenwirkungen:** Selten: lokale Hautreaktionen wie z. B. Kontaktdermatitis, Ekzeme, Schmerzempfindungen und Brennen auf der Haut, Juckreiz, Rötungen sowie Hautausschläge (z. B. in Form von Bläschen). Sehr selten: systemische Überempfindlichkeitsreaktionen wie generalisierte Hautreaktionen, Urticaria, Angioödem, Überempfindlichkeitsreaktionen des Magen-Darm-Traktes (z. B. Übelkeit, Bauchschmerzen), der Augen (z. B. allergische Konjunktivitis) oder der Atemwege (z. B. allergische Rhinitis, erschwerte Atmung und Spasmen). Enthält Butyl-, Ethyl-, Methyl-, 2-Methylpropyl- und Propyl- 4-hydroxybenzoat (Parabene), Erdnussöl und Cetylstearylalkohol. **Kytta-Salbe® f** enthält zudem noch Benzylbenzoat und Rosmarinöl. Merck Selbstmedikation GmbH, 64293 Darmstadt, www.merckselbstmedikation.de

MERCK