

Blick auf 2013

Haben Sie auch schon einen Blick in den Kalender geworfen? Bereits Urlaubs- und Ferienzeiten geplant? **Starten Sie jetzt auch das Marketing im Apothekenteam!**

Ein neues Jahr, ein neuer Kalender, ein unbeschriebenes Blatt. Ich finde es jedes Jahr wieder toll, über dem jetzt noch leeren Kalender zu sitzen und Pläne zu schmieden: private aber auch berufliche.

geht. Denn sonst passiert, was immer im Leben passiert: Jede macht eigene Pläne, die ohne Absprache nicht zusammenpassen und dann produzieren eigentlich schöne Marketingideen nur Hektik und Stress.

durch deren Berichterstattung im Bewusstsein Ihrer Zielgruppe. Dies können Sie durch parallele Aktivitäten ausnutzen. Übersichten solcher Aktionstage finden Sie unter anderem unter infodienst.bzga.de.

Konkurrenz beachten Sie sind nicht die Einzigen, die die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe haben möchten. Auch andere Apotheken und Gesundheitsanbieter in Ihrem Umkreis sind aktiv – überlegen Sie im Team, ob Sie sich beispielsweise über Themen abstimmen können/möchten und ob Sie gemeinsam agieren (um größere Aktionen bewältigen zu können) oder sich absetzen möchten.

Die passende Mannschaft An dieser Stelle wird der gemeinsame Blick in den Kalender 2013 besonders wichtig: Berücksichtigen Sie in Ihrer Marketing-Aktivitäten-Planung unbedingt die Planung des Personaleinsatzes. Dazu gehört die Koordinierung der Urlaubspläne im Team genauso wie die Berücksichtigung von immer wiederkehrenden Stoßzeiten (z. B. Monatsabrechnungen).

Rechtzeitiger Start Zu späte Ankündigungen von Veranstaltungen führen häufig zu Misserfolg. Zu spätes Bestellen von notwendigen Materialien kann

dazu führen, dass das Gewünschte nicht mehr erhältlich ist oder nicht zum passenden Preis und Kompromisse gemacht werden müssen. Ein paar Faustformeln für Ihre Planung:

- ▶ Zehn bis zwölf Wochen vor einer Aktion die konkrete Planung beginnen (Aktionsname, Inhalte, Ziele, Ablauf, notwendiges Material, Personal, Partner, Werbemaßnahmen etc.)
- ▶ Vier bis acht Wochen vorher Werbematerial gestalten (Presstexte und Werbeflyer, Plakate und Anzeigen)
- ▶ Drei bis vier Wochen im voraus mit Einladung und Werbung beginnen (Anzeigen, Plakate, Handzettel, Internetseite, Werbeflyer etc.)
- ▶ Ein bis zwei Wochen davor: Material und Geräte prüfen, im Team Details der Beratung/Informationsvermittlung absprechen (ggf. Schulung), Kunden gezielt mit Flyer oder Werbeflyer ansprechen.

Gutes Timing entscheidet! Nicht nur darüber, wie viel Stress und Arbeit die verschiedenen Marketingmaßnahmen verursachen, sondern auch darüber, wie erfolgreich sie werden. Und darauf kommt es doch letztlich an, damit der Blick in den Kalender auch während 2013 noch Spaß macht. ■

Verena Gertz,
Marketingfachfrau
und Journalistin



© a_korn / fotolia.com

„Leben ist das, was passiert, während man andere Pläne macht“ – wie oft trifft dieses Sprichwort zu. Aber es sollte uns nicht davon abhalten, Pläne zu machen, insbesondere wenn es um die Zusammenarbeit im Apothekenteam und die Marketingvorhaben im neuen Jahr

Der richtige Zeitpunkt Manche Themen sind saisonal geprägt, dann ist Ihre Zielgruppe ohnehin sensibilisiert und schenkt Ihnen mehr Aufmerksamkeit. Allgemeine Gesundheitsaktionstage zum Beispiel werden in der Regel in den Medien aufgegriffen und sind