



## PKA-FORTBILDUNG

### Mitmachen und punkten!

	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 **31. Dezember 2013.**

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

Oder klicken Sie sich bei [www.pta-aktuell.de](http://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.

© Kheng Ho Toh / 123rf.com



# AKTIONEN

In dieser Ausgabe von DIE PTA IN DER APOTHEKE 11/2013) 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](http://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 Apothekenkammern Hamburg und Nordrhein (Veranstaltungsnummer 2013-24/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. Weshalb sind Marketingprojekte, Aktionen in der Apotheke wichtig? Benennen Sie die falsche Antwort.**

- A. Aktionen helfen dem Image, dem Erscheinungsbild, der Profilierung.
- B. Der Apothekenleiter will damit sein zu versteuerndes Einkommen drücken.
- C. Die Apotheke will als „Partner in wichtigen Gesundheitsfragen“ aktiv wahrgenommen werden.

**2. Benennen Sie langfristige Ziele von Apothekenaktionen.**

- A. Der Standort soll gesichert, Umsatz und Gewinn möglichst gesteigert werden.
- B. Die Apotheke will sich negativ ins Gespräch bringen.
- C. Die Kunden sollen in der Konkurrenzapotheke kaufen.

**3. Beenden Sie den Satz richtig: Für Aktionsplanung und -durchführung ist ...**

- A. primär pharmazeutischer Sachverstand notwendig.
- B. eine klare Strukturierung und kaufmännisches Wissen sinnvoll. Kreativität sowie Engagement helfen.
- C. ist immer eine Event-Agentur zu beauftragen.

**4. Was stimmt am ehesten? Für Aktionen gilt:**

- A. Es handelt sich um die Bündelung von Marketingmaßnahmen rund um ein vorgegebenes Thema.
- B. „Viel hilft viel“, lautet das Motto.
- C. Überraschende „Hüftschussaktionen“ steigern erwiesenermaßen Image und Umsatz.

**5. Welche Aussage zur Aktionsplanung erscheint Ihnen als nicht korrekt?**

- A. Die Jahresplanung für 2014 sollte im Herbst 2013 starten.
- B. Für ein Aktionsthema schaut man bei Nachbarapotheken ab und kopiert deren Aktion.
- C. Der Ausbau eines USP, eines Schwerpunkts oder eine Spezialisierung sollten dafür genutzt werden.

**6. Ergänzen Sie korrekt: Aktionen ...**

- A. finden immer in den Apothekenräumlichkeiten statt.
- B. finden immer in den Ferien statt.
- C. können auch „außerhalb“ für Aufmerksamkeit sorgen, etwa ein Stand bei einem Stadtlauf.

**7. Was ist nicht der richtige Weg? Um eine Aktion gut durchdacht und geplant durchzuführen sind wesentliche Punkte:**

- A. Aktionsthema, -motto, Zielgruppe und Zeitpunkt sind klar zu definieren.
- B. Eine genau aufgeschlüsselte, schriftlich fixierte „to do“-Liste mit namentlicher Festlegung ist zu fixieren.
- C. Frühestens eine Woche vor dem Aktionszeitpunkt gilt es sich Gedanken zur Durchführung zu machen.

**8. Eine lokale Apothekenaktion muss „öffentlich“ gemacht werden. Was ist weniger sinnvoll?**

- A. Bekanntmachung mittels Anzeige, PR-Artikel in örtlichen Wochen-/Tageszeitungen, Direktmailing an Stammkunden sowie Flyerverteilung.
- B. Bundesweite Werbeschaltung zur Prime-Time in den öffentlich-rechtlichen Sendern.
- C. Online-Bekanntmachung via Homepage, E-Newsletter, Posting bei Facebook.

**9. Welcher Aussage zur Aktionsplanung stimmen Sie nicht zu?**

- A. Jeglicher Finanzierungsplan für eine Aktion ist unnötiger Ballast.
- B. Ein Regie- und Krisenplan für die Aktion schützt vor möglichen Unwägbarkeiten.
- C. Nicht jede Aktion lässt sich einfach abends „in barer Münze“ messen.

**10. Ergänzen Sie den Satz. Welche Aussage wäre nicht korrekt? Eine PKA kann gut mitwirken bei ...**

- A. der Gestaltung von Marketingplänen.
- B. der Organisation einer Aktion.
- C. einer pharmazeutischen Beratung zu einem Spezialthema am Aktionstag.