



INFORMATION

|

AKTUELLES

|

EINBLICKE



Gewinnen Sie ein  
Wellness Wochenende  
für 2 Personen!

Online lesen auf  
[www.phoenix-gh.at](http://www.phoenix-gh.at) [myphoenix](http://myphoenix)

# „Der schnelle Deal funktioniert in der Apotheke nicht“

Wie sich Zusatzempfehlungen als ethisch vertretbare Methode in den Apothekenalltag integrieren lassen, erläutert Heidi Gregor mit Hilfe des von ihr entwickelten „SENF-T®“-Modells.

**Das Buch  
„Apotheken im Umbruch“  
ist seit 12. September 2016  
im Buchhandel und unter  
[www.facultas.at/verlag](http://www.facultas.at/verlag)  
erhältlich.**

**F**ünf Jahre lang stand Mag. pharm. Heidi Gregor selbst hinter der Tara, bevor sie eine neue Karriere als Trainerin einschlug. Jetzt hat sie ein Buch über Beratungskommunikation in der Apotheke geschrieben. Im Gespräch mit PHOENIXprint verrät sie, warum sie nichts von Verkaufstrainings hält, wie die Apotheke der Zukunft aussieht und wovon ihr nächstes Buch handeln wird.



Druckfrisch liegt das erste Buch von Mag. pharm. Heidi Gregor in den Buchhandlungen: Der Facultas Verlag hat sich sofort für ihr Werk „Apotheken im Umbruch - Mehr für Ihre Kunden - mehr für Sie“ interessiert und ein mit 15 Cartoons hübsch illustriertes Praxishandbuch mit einem online verfügbaren Übungsteil daraus gemacht.

Geschrieben hat Heidi Gregor das Buch für alle, die an der Tara stehen. Teilnehmer/innen aus ihren Seminaren werden „Apotheken im Umbruch“ zur Hand nehmen, um Gelerntes aufzufrischen, für alle ande-



ren bietet das Buch einen einfachen Einstieg in das Thema „optimierte Beratungskommunikation“ das der Apotheke zu mehr wirtschaftlichen Erfolg verhelfen kann und soll.

In drei Apotheken hat Heidi Gregor selbst gearbeitet: „Ich erlebte alles: Von miserabler bis sehr guter Kundenkommunikation.“ Als angestellte Pharmazeutin nahm sie an grundlegenden Kommunikationstrainings teil und „lernte von geschlossenen auf offenen Fragen um“. Das war ein guter Anfang, dennoch - es fehlte der große Zusammenhang, das sinnstiftende Bild, das sie jetzt in ihren Seminaren zu vermitteln versucht.

Als Heidi Gregor mit ihrem zweiten Kind in Karenz ging, nahm sie diese berufliche Pause zum Anlass, ganz aus dem Apothekerberuf auszusteigen. Sie sattelte auf eine Karriere als Coach und Trainerin um und berät seither sehr erfolgreich Teams aus Apotheken, pharmazeutischen Unternehmen und dem Großhandel sowie Führungskräfte aller Branchen.

Dabei kommt ihr entgegen, dass sie mit dem Selbstverständnis des Apothekers gut vertraut ist. „Kommt ein branchenfremder Trainer in die Apotheke, so wird er gleich einmal darauf hingewiesen, dass an der Tara alles anders ist“, weiß Heidi Gregor. Nachsatz: „Und das ist auch so!“

## Apotheker ist kein „Verkäufer“

Apotheker/in wird man, weil man helfen möchte. Nicht in erster Linie, um zu verkaufen. Das weiß die Autorin und auf diesem Grundgedanken bauen ihr Training und ihr Buch auf. „Der schnelle Deal funktioniert in der Apotheke nicht“, erklärt sie. Ein Verkaufstraining in der Apotheke wäre absolut nutzlos, weil rasch ad acta gelegt wird, wovon man nicht restlos überzeugt ist. Konsequenter Weise wird man das Wort „Verkauf“ in ihrem Buch vergeblich

suchen. Heidi Gregor will nicht einfach Tools vermitteln, ohne diese in einen Sinnzusammenhang einzubetten. Um diesen herzustellen, lädt sie ihre Seminarteilnehmer und Leser ein, Einstellungen und Denkansätze zu hinterfragen, gängige Rollenbilder in Frage zu stellen, neue Perspektiven einzunehmen und zu klären, was die eigentliche Rolle an der Tara ist. „Ich kann heute Arzneimittel und



**Das Buch „Apotheken im Umbruch“ ist mit 15 Cartoons anschaulich illustriert. Die Beraterin auf diesem Bild gibt Tipps zur Produktpräsentation mit unterstützender Gestik und begeisterter Mimik.**

Gesundheitsprodukte bei der Versandapotheke bestellen, mir in der Drogerie und im Lebensmittelhandel meinen Nasenspray holen“, sagt Heidi Gregor. „Aber nur in der Apotheke bekomme ich als Kundin eine individuelle Beratung.“

## Individuelle Beratungsleistung

Basis dieser individuellen Beratung ist die Fachkompetenz der Pharmazeuten und PKA, dank exzellenter Kommunikations-Skills fließt diese Fachkompetenz in eine für den jeweiligen Kunden maßgeschneiderte Beratungsleistung ein. Wenn jetzt eine Zusatzempfehlung ausgesprochen wird, ist die Erfolgsgeschichte mit drei Gewinnern perfekt:

- Der Kunde profitiert von einem Mehrwert, der ihn schneller ans gewünschte Ziel gelangen lässt.
- Der Apotheker freut sich über ein befriedigendes Gespräch.
- Der Unternehmer bedankt sich für den wirtschaftlichen Erfolg.

Wie sich Zusatzempfehlungen als ethisch vertretbare Methode in den Apothekenalltag integrieren lassen, erläutert Heidi Gregor mit Hilfe des von ihr entwickelten „SENF-T®“ Modells, das sie sich für ihr Buch sogar patentieren ließ. Erlernen kann man das SENF-T® Modell übrigens auch im Rahmen von zweistündigen Workshops - wenn Sie einen solchen buchen wollen, setzen Sie sich am besten einfach mit der Buchautorin in Verbindung!

Alles, was Heidi Gregor zur Verbesserung der Beratungskommunikation empfiehlt, hat sie selbst ausprobiert und angewandt. Ihre Methoden haben sich in der Praxis vielfach bewährt und kommen gut an, das



zeigen auch die positiven Feedbacks auf ihre Seminare. Der Bedarf an Kommunikationsschulungen in der Apotheke ist groß, zumal das Thema während des Pharmaziestudiums weitgehend ausgeblendet wird. Am Lehrplan der PKAs steht etwas mehr Kommunikation, aber auch sie profitieren von jeder Auffrischung.

## Keine Zukunftsängste

„Apotheker, die sich und ihren Mitarbeitern regelmäßig Kommunikationstrainings gönnen, sind diejenigen, die keine Zukunftsängste haben. Ganz im Gegenteil: Sie sind auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten erfolgreich“, hat Heidi Gregor festgestellt.

Die Arbeit an ihrem „Leitfaden für einen Goldstandard in der Beratung“ hat ihr so viel Spaß gemacht, dass sie sich gleich ins nächste Buchprojekt stürzte. Gemeinsam mit einer Ganzheitsmedizinerin arbeitet sie an einem Ratgeber mit dem Arbeitstitel „Natürlich - jung - schön“.

Worum es darin gehen wird? Heidi Gregor verrät nur so viel: „Es gibt alte asiatische Methoden, um nicht-invasiv die Hautstruktur jung und strahlend zu erhalten, und mentale Methoden, die dazu beitragen, das Altern aufzuhalten.“

*(Kleine Zwischenbemerkung: Das PHOENIXprint-Team ist überzeugt - das Thema „Altern, ohne alt zu werden“ hat am Buchmarkt großes Potenzial....)*

## Aber wie viel Potenzial hat die Apotheke der Zukunft?

„Am liebsten würde ich zur zukunftsorientierten Weiterentwicklung der Apotheke einen Think-Tank

mit innovativ denkenden Menschen aus Apotheken, dem Großhandel und dem Gebiet der Zukunftsforschung gründen“, lächelt Heidi Gregor.

Sie kann sich gut vorstellen, dass in der Apotheke der Zukunft der streng pharmazeutische Bereich stärker räumlich von anderen Angeboten der Apotheke getrennt wird. Durch Spezialisierung ließen sich Kundengruppen viel attraktiver ansprechen, etwa Frauen 50+, die sich um ihre Luxuskosmetik nicht gerne an der Tara anstellen möchten.

„Vor meinem geistigen Auge sehe ich eine Apotheke, die sich auf Frauenthemen spezialisiert, und ihre Kundinnen in pastellfarbene Beratungsbereiche mit gemütlichen Fauteuils einlädt“, formuliert Heidi Gregor ihre Vision.

Das Leben der Frau biete von der Verhütung über Sexualität und Schwangerschaft bis zur Menopause und den Bedürfnissen der Haut im Wandel der Zeit zahlreiche Anknüpfungspunkte, die einer individuellen Beratung (samt konkreter Produktempfehlung!) bedürfen. Speziell ausgebildete Apothekenmitarbeiter könnten diese Schwerpunktthemen betreuen, nach Bedarf unterstützt durch Ganzheitsmedizinerinnen, Akupunkteurinnen und andere Gesundheitsdienstleister.

Auch andere Kundengruppen könnten, so Heidi Gregor, in der Apotheke der Zukunft individuell angesprochen werden: „Zum Beispiel Sportler, Männer, Allergiker, Haustierbesitzer - ich glaube, das wird spannend und ich hätte große Lust, selbst so etwas zu machen: zum Beispiel eine Apotheke mit abgeschlossenem Meditations-Café...“

Die Apotheke hat also Zukunft. Was muss sie tun, um zukunftsfit zu werden?

„Zwei Dinge“, antwortet Heidi Gregor: „Erstens muss sie Stärken stärken, exzellent werden in sozialer und kommunikativer Kompetenz - zusätzlich zur fachlichen Kompetenz. Zweitens sollte sie 'out of the box' denken, neue Wege beschreiten, kreativ sein.“

Wirtschaftlich bedrohlich könne die Zukunft nur für jene Apotheken sein, die nicht bereit wären, „die Aufforderung zum Tanz anzunehmen“, sagt die Trainerin und Autorin. Dürfen wir bitten?

## Heidi Gregor - mein ganz persönlicher Tipp

Ich bin ein Veränderungs-Junkie und beschäftigte mich viel mit Potenzialentfaltung, persönlicher Entwicklung und den Ergebnissen der Neurowissenschaftsforschung.

### Daher lauten meine beiden Empfehlungen:

Gabrielle Bernstein: „May cause miracles - A 40-Day Guidebook of Subtle Shifts for Radical Change and Unlimited Happiness“

Für mich war es nicht das erste Buch dieser Art, aber ich muss sagen, es hat mein Leben tatsächlich in gewisser Weise verändert... Und ein Filmtipp: „What the bleep do we know“ - ein US-amerikanischer Film, der sich der Mittel des Dokumentarfilms bedient und eine Verbindung zwischen Phänomenen der Quantenphysik und Neurologie einerseits, sowie der Spiritualität und Mystik andererseits herstellt.

Ich finde diesen Film sehr spannend. Wissenschaftler kommen darin zu Wort und erklären, was wir anders machen könnten, um zu erreichen, was wir wollen.



Heidi Gregor  
ist Referentin  
der PKA-Tage  
2017!

## Über Heidi Gregor

**Mag. Pharm., Trainerin und Coach für Kommunikation, Auftreten und Stil**

### Diplom:

- 1996 Magistra der Pharmazie

### Zusätzliches know how:

#### Aus- und Weiterbildung

- Wellness-Coach für Pharmazeuten
- Trinergy® Trainerin und graduierte Trinergy® Coach (ICF Standard)
- Trinergy® Tutor und Mentor/ Dramaauflösung
- Zertifizierte Knigge-Trainerin
- Resilienz: erfolgreich durch die Krise
- Körpersprache für Führungskräfte/ im Verkauf
- Quantenheilung nach Dr. Richard Bartlett

### Berufliche Tätigkeiten:

- Internationales Fotomodell
- bis 2004: angestellte Apothekerin, zuletzt mit Führungsaufgaben

- ab 2007: selbständige Trainerin spezialisiert auf Trainings in den Bereichen Apotheke, Medizin und Pharma Unternehmen; Themenschwerpunkte: allgemeine Kommunikation, Beratungskommunikation; Arzt- Patienten Kommunikation, Körpersprache, Konfliktvermeidung- und lösung Reklamation, Auftreten .
- Seminare zu den Themen „moderner Business-Stil und Business-Umgangsformen“
- Einzel Coaching in den Bereichen: Persönlichkeitsentwicklung, Auftreten, Charisma, Stil: Imageanpassung für Führungskräfte
- 2010 Journalistische Tätigkeit: „Style Coaching“ Experten-Kolumne für das Magazin „In Wien“, Mit- Autorin von Hip Vienna 2012

**Privat:** Mutter zweier fantastischer Kinder. Und wenn dann noch Zeit bleibt: Ideen ausbrüten, Romane schreiben, Yoga, Literatur, Kunst, Mode und Reisen.

### Kontakt:

[www.kommed.reihe1.at](http://www.kommed.reihe1.at)  
[www.lunablustyle.com](http://www.lunablustyle.com)