



a PHOENIX company

Das PHOENIX Kundenmagazin

# print

AUSGABE 4 / 2016



INFORMATION

|

AKTUELLES

|

EINBLICKE



Online lesen auf

[www.phoenix-gh.at](http://www.phoenix-gh.at)

[myphoenix](#)



# Spaß an der Tara



## **BUCHTIPP**

**„Apotheken im Umbruch“**  
 Erhältlich im Buchhandel sowie  
 unter [www.facultas.at/verlag](http://www.facultas.at/verlag)

**W**ir haben so viel Spaß an der Tara seit dem Seminar“, war ein Feedback, welches ich in einem meiner Trainings erhielt. „Wir gehen spielerisch an die Kundengespräche heran und sind jedes Mal wieder überrascht, wie gut es funktioniert, wie erfolgreich wir mit der neuen Herangehensweise und den neuen Methoden sind.“

Was für eine tolle Rückmeldung, da freut sich mein Trainerherz, denn ist das nicht das Schönste, das man sich zu hören wünschen kann?

Die neue Einstellung zur Arbeit an der Tara hat es meinen Teilnehmern ermöglicht, die erlernten Methoden zu verinnerlichen und spielerisch auszuprobieren. Dass sie damit erfolgreich waren, liegt vielleicht zum Teil an den von mir vorgeschlagenen Methoden, aber zum großen Teil daran, was der einzelne von ihnen daraus gemacht hat. Die Begeisterung und die positive Einstellung waren der größte Helfer zum Erfolg.

Besonders zufriedene Kunden, die bei der Erreichung des von ihnen gewünschten Ziels tatsächlich bestmöglich unterstützt wurden, die große Befriedigung seitens des Apothekenberaters (PKA/Pharmazeut) über das gelungene Gespräch und die

ethisch einwandfrei klingelnde Kasse sind dann eben auch Grund zu großer Freude an einem spannenden Beruf, der soviel Möglichkeit birgt, mehr daraus zu machen als unmotiviert Rezepte zu expedieren oder Produkte zu verkaufen.

Wenn es mir gelingt, in meinen Seminaren diese Begeisterung zu wecken, die Neugierde anzustacheln, all das Mögliche auszuloten, wenn es mir gelingt, meine Teilnehmer zu einem Perspektivenwechsel einzuladen und die Reise gefällt und wenn die von mir vorgeschlagenen und teils selbst entwickelten Methoden an der Tara ihren SENF dazu zu geben (SENF-T<sup>®</sup>-Modell) dann auch noch erfolgreich angewandt werden, dann kann auch ich glücklich und zufrieden auf ein gelungenes Seminar zurück blicken.

### **Was ist das Erfolgsrezept für ihr Kundengespräch?**

- Behalten Sie Ihre Persönlichkeit und zeigen Sie diese in ihrer „sozialen Kompetenz“
- Achten Sie darauf, dass Sie fachlich zu den wichtigsten Themen ausreichend informiert sind, dies ist der Grund, warum Kunden die Apotheke aufsuchen. Punkten Sie mit „Fachkompetenz“
- Bauen Sie Ihre „kommunikative Kompetenz“ so weit aus, dass Ihre Beratung individuell, persönlich und verständlich wird. Ein klares Unterscheidungsmerkmal zur Konkurrenz.
- Da „Erfolg im Kopf“ beginnt, halte ich es für besonders wichtig, über derzeit teilweise noch vorherrschendes veraltetes Rollenverständnis und überlieferte Einstellungen für die Arbeit an der Tara zu reflektieren. Was könnte eine zeitgemäße Einstellung an der Tara sein? Die Apotheke ist kein Amt und keine Medi-

kamenten-Abgabestelle mit Bittstellern und einer übergeordneten Instanz. Vielmehr ein Ort der Gesundheitsberatung, an dem ein Tausch stattfindet. Der Kunde bekommt individuelle Beratung und passende Produkte und gibt dafür Geld. Das Wohl und die Sicherheit des Kunden stehen bei diesem Tauschgeschäft im Zentrum. Einen detaillierten Vorschlag zu einer zeitgemäßen Einstellung für die Tara, finden Sie in meinem Buch. Ich möchte nur so viel verraten: am Ende gibt es drei Gewinner: Den Kunden, den Berater, das Unternehmen.

■ Beratung will erlernt sein, denn sie ist der Brückenschlag zwischen Fachkompetenz und den individuellen Bedürfnissen des Kunden.

■ Natürlich braucht es dazu einen Leitfaden und Methoden, eine neue Routine, die bald schon die alte ersetzen soll.

■ Beratung beginnt immer mit dem Aufbau einer Beziehung zum Kunden, die erst alles Weitere ermöglicht. Hinter die Kulissen zu schauen und die wahren Bedürfnisse des Kunden herauszufinden und zu erfragen, ist die nächste Stufe am Weg zu exzellenter Beratung, bei der nicht der „Verkauf“ im Vordergrund steht, sondern Empfehlungen, die so konkret, überzeugend und sinnvoll sind, dass sie zum „Kauf“ führen und zur Zufriedenheit. Nur ein halbes Wort weniger und doch ein bedeutender Unterschied.

■ Ein Kernpunkt gelungener Beratung ist auch das MEHR, das der Kunde erhält. Mehr als er sich erwartet hat, an persönlichem Engagement, an Tipps und an konkreten, individuell abgestimmten Empfehlungen zur besseren Erreichung seiner Ziele.

■ Das von mir entwickelte SENF-T® Modell bettet das Thema Zusatzeempfehlung in einen sinngebenden Zusammenhang und gibt ihm Struktur, um die scheinbaren Hürden zu überwinden.

■ Und schließlich gibt es noch die nicht zu unterschätzenden Soft Facts, die ein Kundengespräch positiv unterstützen oder ungewollt negativ beeinflussen können. Allen voran die Körpersprache und Mimik, sowie die Wortwahl im Gespräch.

■ Beratung an der Tara, die diese Kriterien berücksichtigt und lebt, macht Spaß und ist zutiefst befriedigend.

### Heidi Gregor

Pharmazeutin, Sachbuchautorin, Trainerin und Coach für Kommunikation, Persönlichkeit, Auftreten und Stil

Gesundheit ist Vertrauenssache.

# blutdruckmessen ist boso.

Ob Testsieger bei der Selbstmessung am Oberarm oder die Nr. 1 beim Arzt\* boso Blutdruckmessgeräte.



\*96% aller deutschen Allgemeinärzte, Praktiker und Internisten arbeiten in der Praxis mit Blutdruckmessgeräten von boso. (API-Studie der GfK 01/2016)

www.boso.at

boso medicus X | Medizinprodukt | BOSCH + SOHN GmbH & Co. KG | Handelskai 94-96 | 12000 Wien