

GASTKOMMENTAR

Frischer Wind für die Tara

Routinen sind gut. Sie ermöglichen es uns Situationen rasch, nach dem Prinzip der Ähnlichkeit, einzuordnen und, ohne jedes mal das Rad neu erfinden zu müssen, abzuhandeln. Routinen geben Sicherheit. Routinemäßiges Handeln hat aber auch Nachteile. Es trifft oft nicht ins Schwarze und macht die Arbeit an der Tara dadurch vielleicht sogar gleichförmig und ermüdend.

Immer der gleiche Satz „Das ist aber rezeptpflichtig“ erzeugt immer wieder die gleichen Antworten des Kunden z.B. „Ich bekomme es aber immer“, die potentiell zu den gleichen Konflikten führen. Dabei könnte es so viel aufregender, befriedigender und spannender sein.

Stellen sie sich vor: Drei verschiedene Kunden, die alle eine Packung Parkemed ohne Rezept wollen. Ein Szenario, das sie sehr gut kennen. Mit der gewohnten Routine würden sie wahrscheinlich gleichermaßen „abgehandelt“ und bekämen am Ende entweder gar nichts (je nach Mitarbeiter und Laune) oder aber „Ausnahmsweise eine kleine Packung“ wenn der Kunde auf die von ihm bereits erwartete Frage „Haben sie es schon einmal gehabt? Und haben sie es vertragen?“ die logische Antwort, nämlich „Ja“ gegeben hat.

Was dabei völlig außer Acht gelassen wird: Drei verschiedene Kunden haben aller Wahrscheinlichkeit nach drei verschiedene Geschichten, die bei Kenntnis ein völlig an-

deres Bild und Vorgehen verlangen würden:

Kunde 1: Möchte gerne Parkemed, weil er Gelenkschmerzen hat und seine Nachbarin gesagt hat, das wäre das beste Schmerzmittel.

Kunde 2: Möchte das Medikament, weil es ihm vor 10 Minuten vom Zahnarzt empfohlen wurde.

Kunde 3: Hat gute Erfahrungen mit Schmerzstillung und Verträglichkeit des Parkemed und will seine Hausapotheke wieder auffüllen.

Erst der Blick hinter den vordergründigen Wunsch des Kunden zu seinen wahren Bedürfnissen durch gekonnte, lösungsorientierte Bedarfserhebung hätte sicher stellen



Mag. pharm. Heidi Gregor

ist Kommunikationstrainerin und Coach mit Schwerpunkt Beratungskommunikation in

der Apotheke sowie Autorin des Buches „Apotheken im Umbruch/ Mehr für ihre Kunden- mehr für sie“ erhältlich über die website der Autorin im Buchhandel oder beim Facultas Verlag. www.kommed.reihe1.at

können, dass jeder der drei Kunden die beste Lösung für sein Problem erhält. Was dazu nötig ist? Routinen zu hinterfragen, Ziele und Einstellungen an der Tara zu tunen, neues Vorgehen zu erarbeiten. Der Lohn: viel frischer Wind, Motivation und befriedigende Erfolge für die Arbeit an der Tara.