



a PHOENIX company

110 JAHRE



# PHOENIX print

Ausgabe 1 / 2018

Information | Aktuelles | Einblicke



Besuchen Sie die  
**PHOENIX** auf der  
AUSTROPHARM  
Halle A / A0504  
26. bis 28. April

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

# Kundenverblüffung



*„Das Bessere  
ist der Feind  
des Guten“*

*Voltaire*



**Mag. pharm. Heidi Gregor** ist Kommunikationstrainerin, mit Schwerpunkt „Beratungskommunikation“ in der Apotheke. Buchautorin von „Apotheken im Umbruch“.

[www.heidigregor.com](http://www.heidigregor.com)

**G**ewisse Fragen, ich gebe es zu, stelle ich in jedem meiner Apotheken Seminare erneut und bin immer wieder aufs Neue überrascht, dass die Antwort die gleiche ist.

Ich frage: „Was muss sein, damit eure Kunden wiederkommen?“

Und erhalte jedes Mal (unter anderem) die Antwort:

„Sie müssen zufrieden sein“.

Noch nie habe ich etwa die Antwort gehört: „Wenn der Kunde begeistert ist“ oder „Wenn er sieht, dass ich die beste aller Ansprechpersonen zum Thema Gesundheit bin“ oder „Wenn ich unverzichtbar für ihn geworden bin“, oder „Wenn alleine schon mein Anblick makes his day“ etc.

Und ich kann Ihnen versichern, ich warte sehnsüchtig auf den Tag, an dem ich das erlebe. Ich werde ihn mit einer Flasche Champagner begehen, denn es wird ein Zeichen sein, dass die Einstellung der Apothekerschaft endlich im notwendigen Wandel begriffen ist.

## Mittelmaß reicht nicht

Dass erkannt wurde, dass Mittelmaß nicht mehr ausreicht, um ein wirtschaftlich gesundes Unternehmen zu führen, Kunden zu halten oder gar von anderen Shopping Kanälen umzuleiten.

Jede Veränderung beginnt im Kopf, zunächst der Führungsperson, die entsprechende MitarbeiterInnen wählt und ausbildet, und dann des gesamten Teams.

Wer heute noch glaubt, mit „zufriedenen Kunden“ die Butter vom Brot reißen zu können, ist am Holzweg. Zufrieden ist der Kunde vermutlich auch mit seinen Einkäufen beim DM oder im Internet, wenn er bei Lieferung zufällig zu Hause war.

## Nehmen wir mich als Kunden.

Dass ich zufrieden sein kann, ist das selbstverständliche Minimum an Leistung, das ich mir in jedem Geschäft, in dem ich Geld lasse, erwarte. Ist dies nicht der Fall, setze ich keinen Fuß mehr in dieses Unternehmen. Bin ich halbwegs zufrieden gewesen, heißt das aber noch lange nicht, dass ich wiederkomme. Das kommt ganz klar auf die vorhandenen Alternativen an.

- „gleich zufrieden - billiger“ >>> Wahl getroffen
- „gleichzufrieden - bessere Auswahl“ >>> Wahl getroffen
- „gleich zufrieden - ansprechenderes Geschäftslokal“ >>> Wahl getroffen
- usw.

Wenn ich für ein Produkt gar noch mehr als anderswo berappen muss, wenn es sich um eine Branche handelt, die viel zu oft schlechte Presse bekommt, dann brauche ich mehr, um mich überzeugen zu lassen. In diesem Fall will ich überrascht sein, ich will begeistert von der Leistung der MitarbeiterInnen dieses Unternehmens sein, ich will verblüfft sein, was alles an Kundenorientierung möglich ist, weil ich womöglich noch nie so etwas Tolles erlebt habe.

Ich meine das verdammt ernst. Mein Anspruch an meine eigene Arbeit ist es, sie 100%ig zu machen, meine TeilnehmerInnen zu begeistern, zu motivieren, zu unterstützen. Ein bloß zufriedener Teilnehmer ist ein harter Schlag für mich, das Feedback, besser werden zu müssen.

Ich gebe zu, das erhoffe ich mir auch anderswo, und nehme es, wenn ich es erlebe, mit Dank und Freude an.

## Nun, was begeistert, verblüfft, überrascht Kunden?

Da können Sie sich kreativ austoben. Berufen Sie einen Teamabend ein, bestellen Sie gesunde Snacks und lassen Sie in Gruppenarbeiten Ihre MitarbeiterInnen brainstormen. Am Schluss wird die kreativste, außergewöhnlichste Idee prämiert.

### Ideen zur Kundenverblüffung:

- Schicken Sie am Geburtstag Blumen oder ein anderes kleines Geschenk mit Bezug zur Apotheke - es geht mehr um den Gedanken als die Größe der Aufmerksamkeit.
- Machen Sie zur Urlaubssaison eine Aktion zur Zusammenstellung einer individuellen Reiseapotheke.
- Merken Sie sich (notieren Sie im Computer) spezielle Anlässe und Daten Ihrer Stammkunden (Hochzeitstag, Geburtstag der Kinder, goldene Hochzeit, Festtage anderer Religionen etc.)
- Organisieren Sie ein kleines Event für Ihre treuesten und besten Kunden, z.B. mit dem Titel „20 Jahre Kunde der Apotheke“: z.B. „Apotheker für einen Abend, die Arbeit des Apothekers kennenlernen“, „TCM Kochkurs“, „selber Cremes herstellen“, Lesung, Preisverleihung etc.
- Gründen Sie einen exklusiven „Apotheke zum xy Club“ Lassen Sie Ihrer Phantasie freien Lauf und seien Sie außergewöhnlich!

Red  
ned lang  
Pack's  
an!

**Diaboxal<sup>®</sup>**  
GlucoseStop DUO

Zur gezielten diätetischen Behandlung von  
Prädiabetes und Diabetes Mellitus

- Senkt pflanzlich den Blutzuckerspiegel
- Normalisiert den körpereigenen Zuckerstoffwechsel

40 Kapseln  
2 x 20 Stück

**Jetzt Blutzucker senken!**

Bei Diabetes und Prädiabetes

Jazz Gitti  
Diabetikerin

**Diaboxal<sup>®</sup>**  
GlucoseStop DUO