



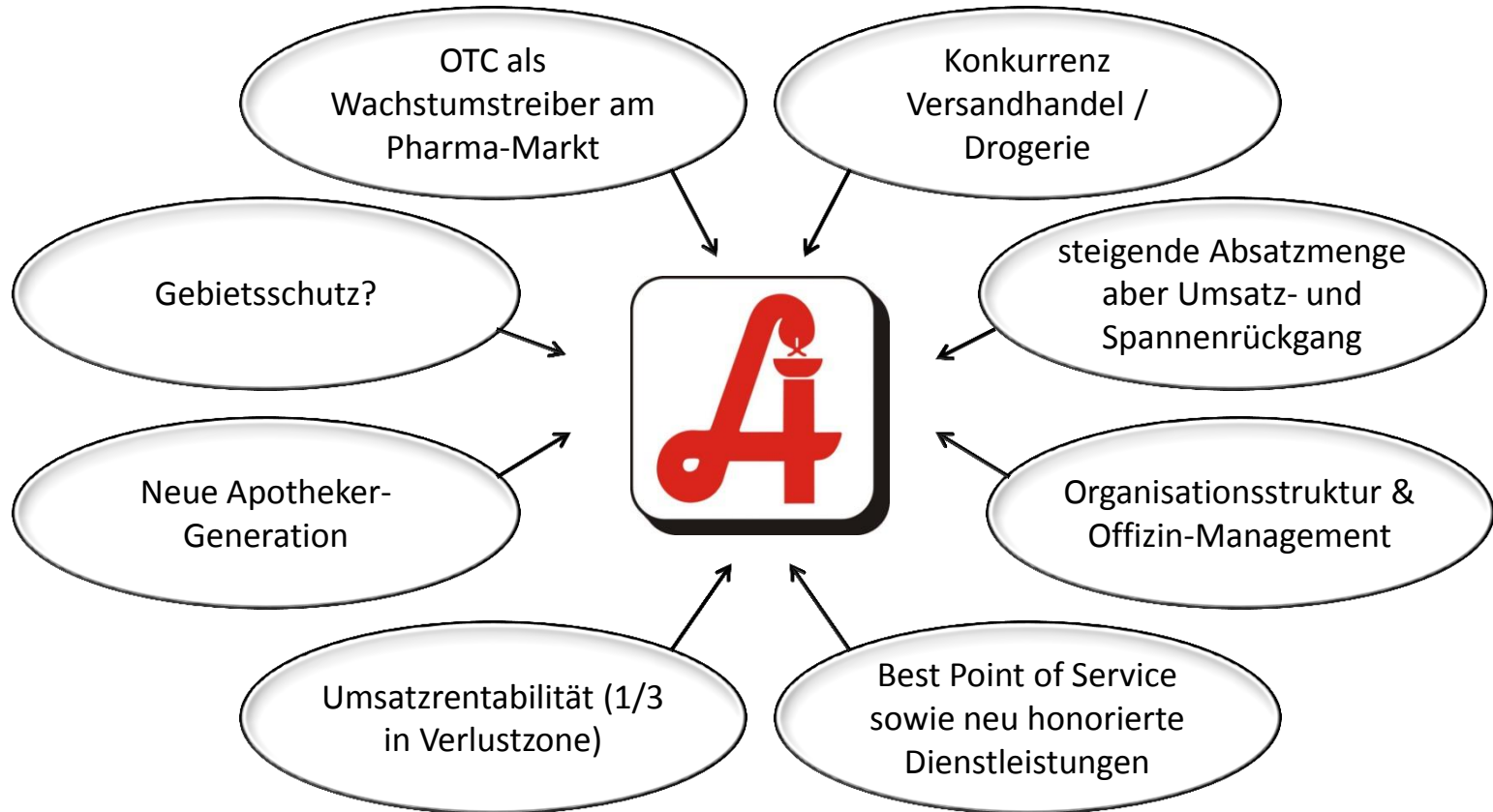
Apotheke im Fokus?

Parameter und Indikatoren erfolgreicher Apotheken –
was ist wichtig und was gilt es zu beobachten?

07. März 2014

Steigender Wettbewerb erfordert Umdenken.

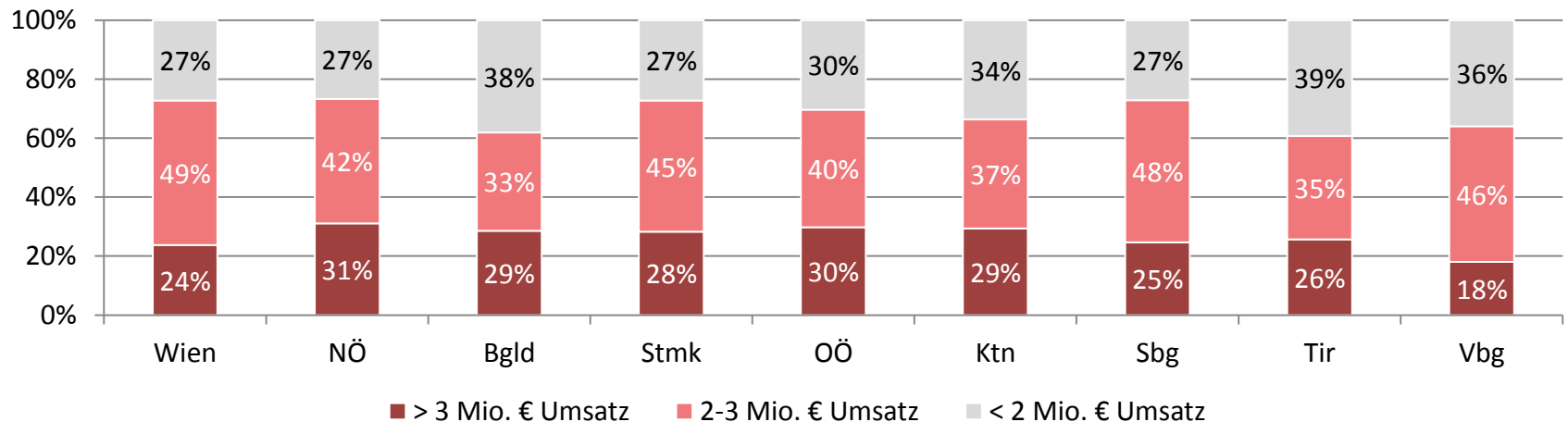
Steigender Wettbewerb bewirkt (zum Teil) Umdenken.



Die Lage ist nicht alles.

Hohe Bevölkerungszahl oder Apotheken an Hauptstraßen bedingen nicht zwingend eine umsatzstarke Apotheke!

- Stadtnähe begünstigt die Umsatzgröße
- Einwohner und Kaufkraft im Umfeld zeigen bei weitem nicht den stärksten Zusammenhang mit den Umsätzen

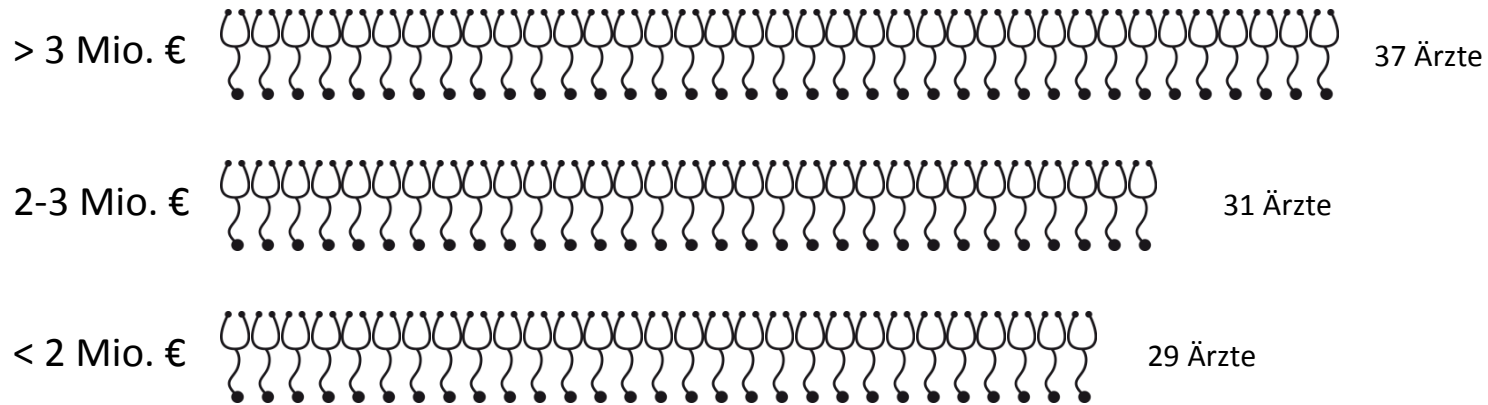


Die Lage ist nicht alles. Kann aber helfen.

Ausschlaggebend sind vor allem Frequenzbringer.

Jahresumsatz

Ø Anzahl Ärzte im Umfeld



Weitere signifikante Korrelationen dem Umsatz (Frequenzbringer):

- ✓ Anzahl Bürogebäude im Umfeld
- ✓ Anzahl Groß- und Einzelhandelsgebäude im Umfeld
- ✓ Krankenhäuser im Umfeld
- ✓ Altersheime im Umfeld
- ✓ ...

Erfolgreiche Apotheken sind kein Zufall.

Vor allem Auftritt, Kundenbindungsprogramme sowie Beratung zeichnen eine erfolgreiche Apotheke aus.

Erfolgreiche Apotheken sind kein Zufall

Gezielter Einsatz absatzpolitischer Instrumente (Produkt- und Kommunikationspolitik ...)

Zusatz- und Serviceleistungen zur Erreichung von Kundenbindung

Abhebung von der Konkurrenz durch individuelle Maßnahmen

Beratung als Erfolgstreiber

Mitarbeiter

Kundenkarte

Homepage

Schwerpunkte

Beratungstisch

Kundenzeitschrift

Verkaufsfläche

Kosmetik

Regalmeter

Social Media

Apo-Schaufenster

KH im Umfeld

Instore-TV

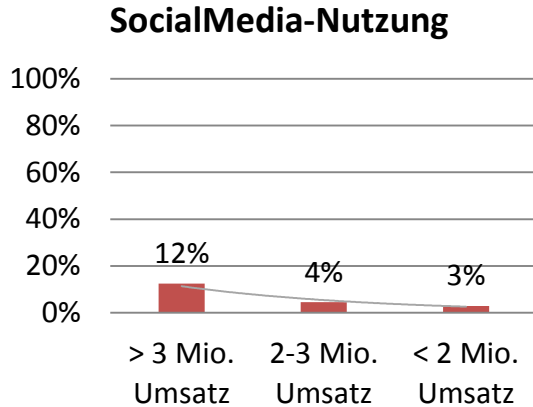
Eigenprodukte

Kundenfrequenz

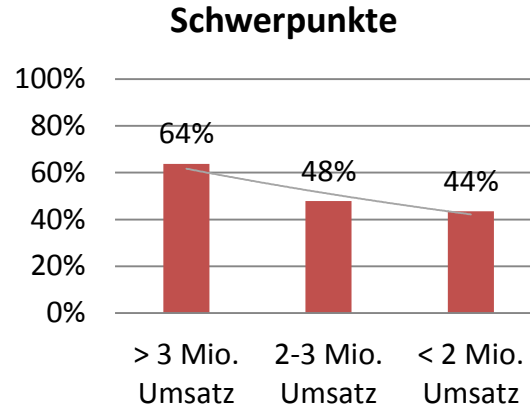
Kundenbindung als Erfolgsrezept.

Anteil Apotheken mit speziellen Kundenangeboten

Online-Präsenz

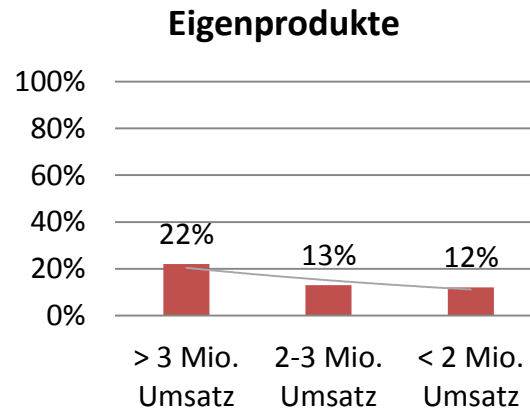
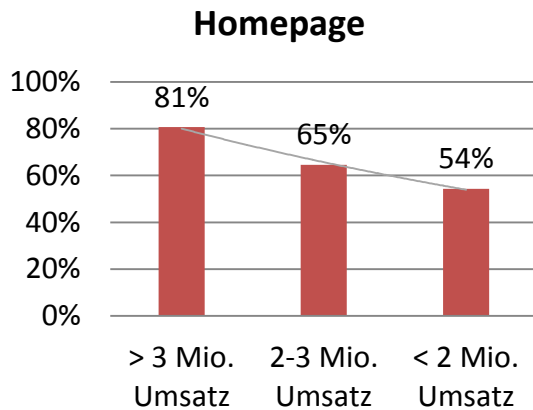


Eigenvermarktung



Wichtigste Schwerpunkte

- Bachblüten
- Schüssler Salze
- Kosmetik
- Homöopathie
- Reisevorsorge
- Aromaöle
- Raucherentwöhnung
- ...



Wichtigste Eigenprodukte

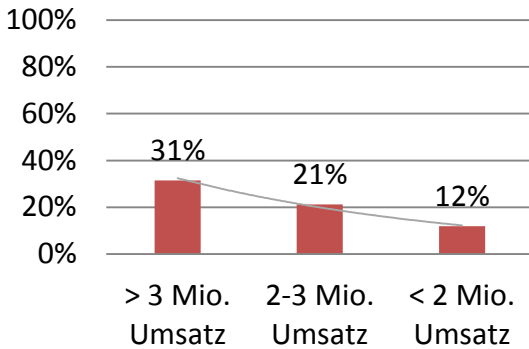
- Kosmetik
- Husten, Erkältung, Tees, Vitamine
- Homöopathie und pfl. Salben
- Produkte für Knorpel und Gelenke
- ...

Kundenbindung als Erfolgsrezept.

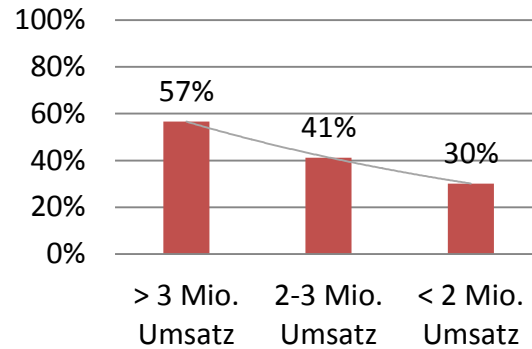
Anteil Apotheken mit speziellen Kundenangeboten

Kundenbindung und Beratung

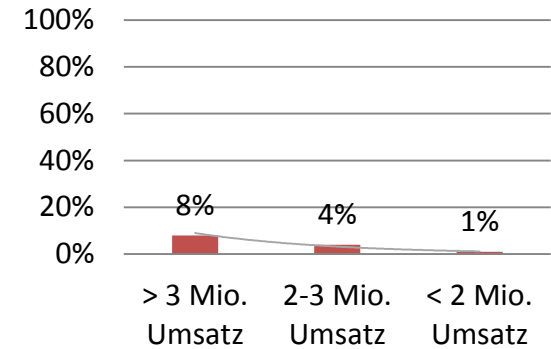
Instore-TV



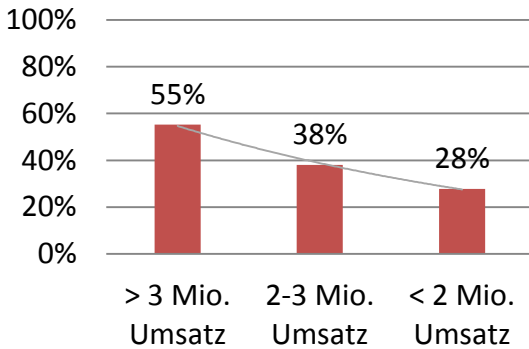
Beratungstisch



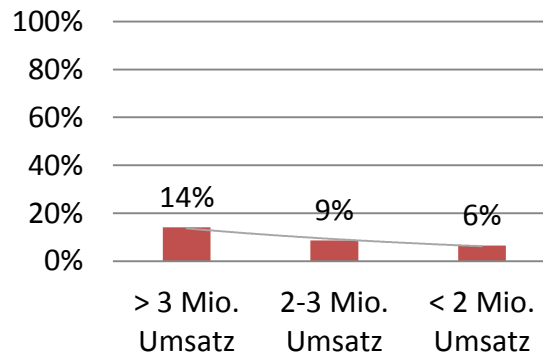
Kosmetik-Beratung



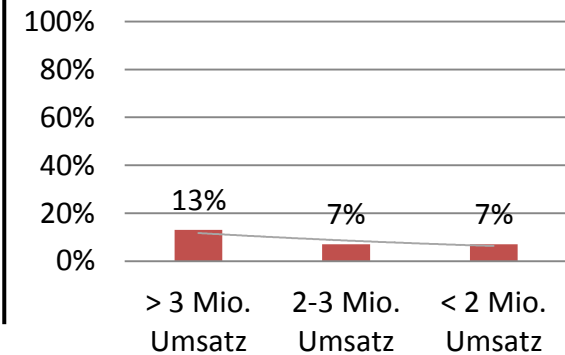
Kundenkarte



Kundenzeitschrift/Newsletter



Abonnenten Apo-Schaufenster





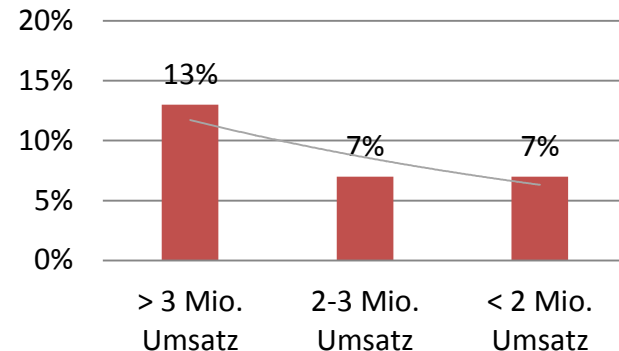
Ausgangslage:

- ✓ Apotheken sehen sich vermehrt mit wirtschaftlichen Umwälzungen konfrontiert
- ✓ Zusatzverkäufe zu rezeptpflichtigen Arzneimitteln sind erforderlich
- ✓ Stärkere Ausrichtung auf marktwirtschaftliche Gegebenheiten sind unumgänglich
- ✓ Aktive Kaufempfehlungen sind notwendig

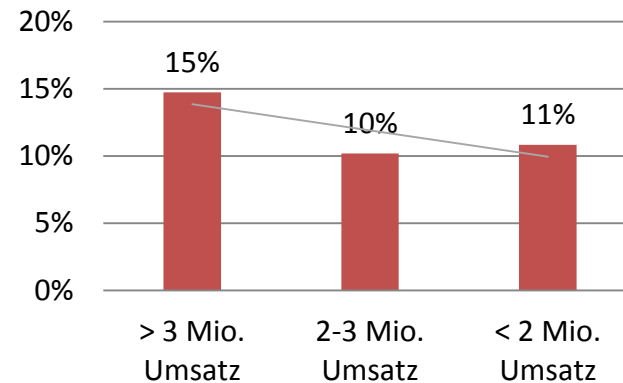
Das APO Schaufenster unterstützt die Apotheke im Verkauf!

- ✓ Stellt Produkte und Aktionen der Apotheker in den Mittelpunkt
- ✓ Bietet klaren Service für Kunden
- ✓ Bietet Couponing-Aktionen
- ✓ Informiert und klärt auf

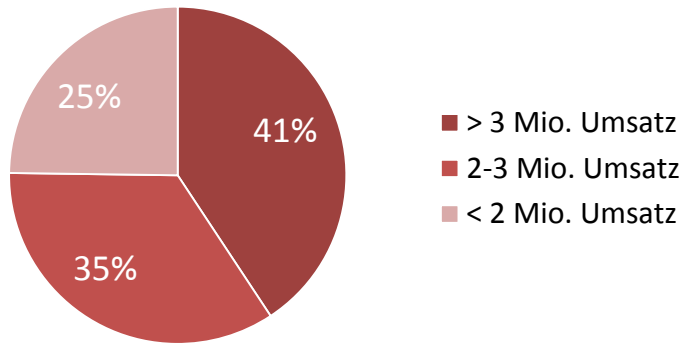
Apo-Schaufenster Early Adopter



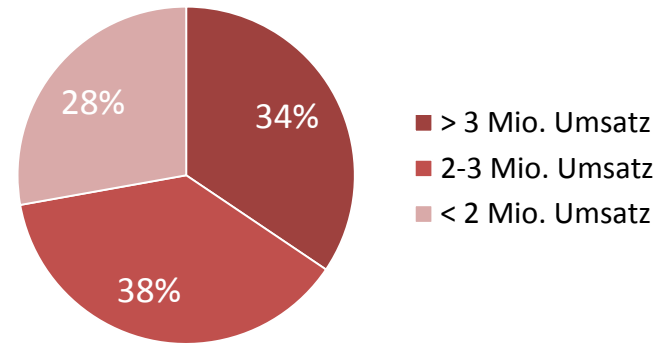
Apo-Schaufenster nach Aktion



Apo-Schaufenster Early Adopter

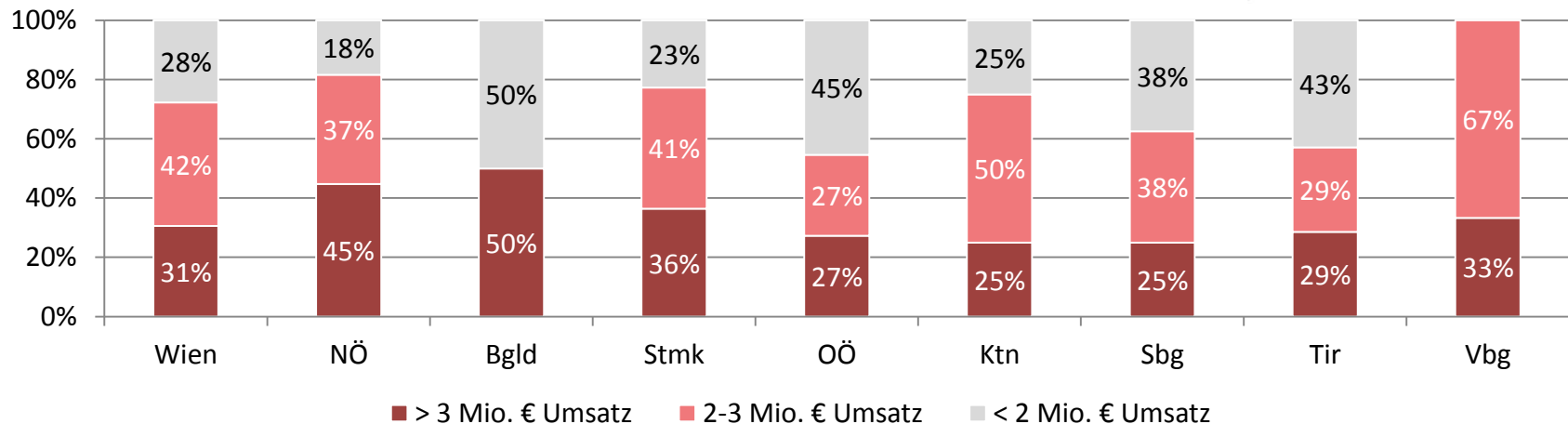
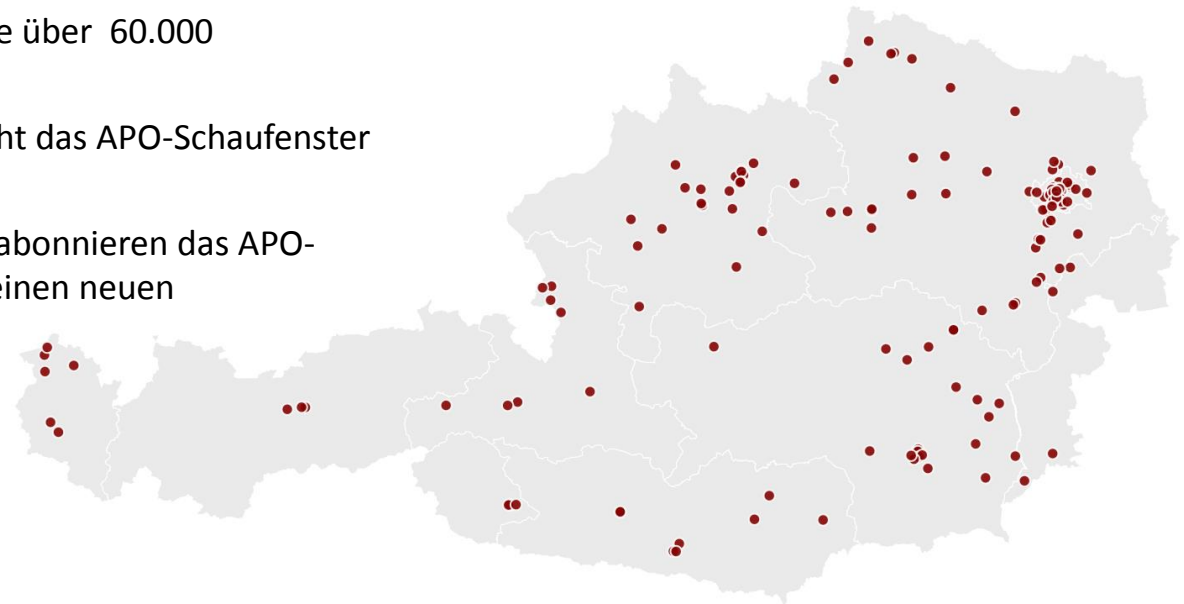


Apo-Schaufenster nach Aktion



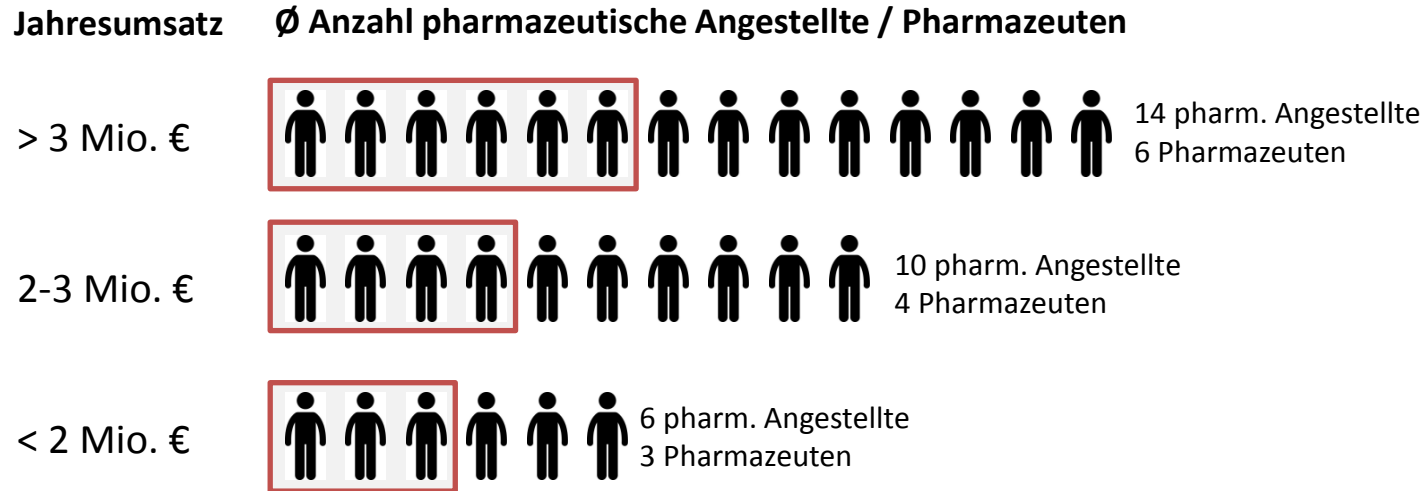
Kundenbindungsprogramme: Apo-Schaufenster.

- ✓ Bereits knapp 170 Apotheken die über 60.000 Exemplare bestellt haben
- ✓ Professionelle Aufmachung macht das APO-Schaufenster sympathisch und hochwertig
- ✓ Gerade erfolgreiche Apotheken abonnieren das APO-Schaufenster und bieten damit einen neuen Kundenservice



Was kann ich beobachten?

Auswirkungen des Umsatzes auf sichtbare Parameter.



Weitere signifikante Korrelationen mit dem Umsatz:

- ✓ Größe Verkaufsfläche
- ✓ Regalmeter
- ✓ Schaufenster in Meter
- ✓ Anzahl Taraplätze
- ✓ ...

Sichtbare Faktoren mit Bezug auf Umsatz:

- ✓ Kundenbindungsprogramme (Kundenkarten, Beratungsplätze, Eigenprodukte, Schwerpunkte)
- ✓ Eigenvermarktung der Apotheke
- ✓ ...

- Eine gute Apotheke wird nicht nur durch die Lage bestimmt – **Frequenzbringer** und **Kundenbindungsprogramme** sind besonders relevante Einflussfaktoren
- **Objektive Daten** liefern eine andere und ergänzende Sicht auf Apotheken
- Der Teufel steckt im **Detail** – Trends können erkannt werden, jedoch ist eine genaue Detailanalyse auf Apothekenebene notwendig
- Zum Beispiel: Die **Ärztelandschaft** um die Apotheke ist ein wertvoller zusätzlicher Schlüssel zur Forcierung der Nachfrage – **Synergien** mit vorhandenem Inhouse-Wissen schaffen!

Medizin Medien Austria – Ihr Partner rund um die Apotheke!

Reinhard Rosenberger

Medizin Medien Austria
Grünbergstraße 15
1120 Wien

rosenberger@medizin-medien.at

Tel.: +43/1/54 600-510

Lisa Ziniel

Medizin Medien Austria
Grünbergstraße 15
1120 Wien

ziniel@medizin-medien.at

Tel.: +43/1/54 600-560