

# SERVICE: MÄCHTIGE Dimension im Portfolio der strategischen Positionierung

Warum wechseln Kunden die Apotheke? Die meisten fühlten sich nicht gut aufgehoben – nicht aufmerksam genug betreut.

**D**er Großteil der Kunden, der wechselt, wechselt wegen „Kleinigkeiten“:

- fehlende Wertschätzung
- das Gefühl „Ich störe“
- nicht ernst genommen zu werden
- unfreundliches Verhalten
- mangelnde Aufmerksamkeit

In erster Linie suchen Ihre Kunden die Lösung „eines Problems“. Diese Probleme werden nicht – wie allzu oft angenommen – allein durch die pharmazeutische/medizinische Versorgung gelöst, sondern auch

durch „begleitende Serviceleistungen“. Das sind Dienstleistungen, die Sie Ihren Kunden anbieten, damit diese einen größeren Nutzen Ihrer Kernleistung haben, oder Hilfe bei Lösung ihrer Probleme erhalten.

Dadurch vermitteln Sie Ihren Kunden Wertschätzung, Sicherheit, das Gefühl „gut aufgehoben“ zu sein. Möchten Sie Ihre Kunden auf Dauer begeistern, ist „Service“ also für Sie als Apotheken-Betreiber ein wichtiges Thema.

Um die geplanten Maßnahmen realisierbar zu machen, und sicherzustellen, dass sie im Alltag erfolgreich umgesetzt wer-

den können, empfiehlt es sich eine „Servicestrategie“ für Ihre Apotheke zu entwickeln. Diese Strategie muss alle Aufgaben berücksichtigen, die für den Aufbau, die Entwicklung und die Pflege sämtlicher Serviceaktivitäten für Ihre Kunden notwendig sind. **Auch hier empfiehlt es sich die Mitarbeiter mit ein zu beziehen.**

Wichtige Schritte sind dabei:

**Schritt 1 – Prüfen Sie die aktuelle Situation, beantworten Sie sich ein paar einfache Fragen:**

- Welche Serviceleistungen bietet Ihre



Apotheke für Ihre Kunden?

- Wie empfinden Ihre Kunden diese Serviceleistungen?
- Auf welche Probleme Ihrer Kunden sind diese ausgerichtet?
- Welchen Nutzen bringen diese Serviceleistungen für Ihre Kunden?
- Mit wie vielen Kunden pflegen Sie regelmäßig Kontakte im Bereich des „Service“?

**Schritt 2: Überlegen Sie mit welchen zusätzlichen Dienstleistungen Ihre Apotheke die Kunden begeistern kann.**

- Machen Sie den Dialog mit dem Kunden zu einem festen Bestandteil Ihres Apotheken-Leitbildes.
- Arbeiten Sie regelmäßig an eigenen Ideen für Serviceleistungen – planen Sie sich dafür Zeit ein.
- Nutzen Sie die Serviceleistungen auch dafür, um die eigentlichen Kernleistungen laufend zu verbessern – einige Serviceleistungen können fester Bestandteil des Alltages werden.

**Tipp:** Befragen Sie auch Ihre Kunden zu diesem Thema. Im Rahmen einer Kundenbefragung lassen sich die Wahrnehmung dazu ebenso gut erheben, wie Wünsche und ungelöste Probleme Ihrer Kunden.

**EIN KONKRETES SERVICEANGEBOT ENTWICKELN**

Nachdem Sie die oben angeführten Fragen beantwortet haben, können Sie daran gehen, ein konkrete Serviceangebot für Ihre Kunden zu entwickeln. Das Angebot muss folgende Anforderungen erfüllen:

- Sie müssen sich klar machen, was Sie mit dem Service erreichen wollen. Wollen Sie Ihre Kunden enger an sich binden? Wollen Sie neue Kunden gewinnen? Wollen Sie Ihren Bekanntheitsgrad erhöhen? Wollen Sie die Vorteile einer neuen Behandlungsmethode bekannt machen?
- Die Serviceleistungen müssen zu Ihrer Apotheke passen.



Foto: S. Hainz/PIXELIO

- Das Angebot muss exakt auf die Wünsche der Kunden ausgerichtet sein. Die Kunden müssen über den Service sagen können: „Ja, das hilft mir weiter“ „erleichtert mir das Leben“...
- Es muss Ihnen und Ihren Mitarbeitern möglich sein, die geplanten Serviceleistungen professionell umzusetzen. Die Rahmenbedingungen müssen stimmen. Wenn erforderlich, sind organisatorische Abläufe im Apotheken-Alltag zu ändern.

**Tipp:** Sammeln Sie mit Ihrem Team Ideen für mögliche Serviceangebote. Sprechen Sie mit ausgewählten Kunden über diese Ideen. Wahrscheinlich sind einige Einfälle notwendig, ehe Sie darauf eine gute Serviceleistung entwickeln können.

Wichtig ist, dass Sie in Ihrer Apotheke ein innovatives Klima fördern, das Ihre Mitarbeiter dazu animiert und ermutigt, neue Ideen zu entwickeln. Nutzen Sie dazu alle Möglichkeiten – und sprechen Sie viel mit Ihren Mitarbeitern!



**Viktoria Hausegger**  
mehr.wert.  
für ärzte und apotheker  
marketing, das gezielt bewegt  
www.mehrwertmarketing.at  
office@mehrwertmarketing.at  
+43 664 460 16 35  
Wien

