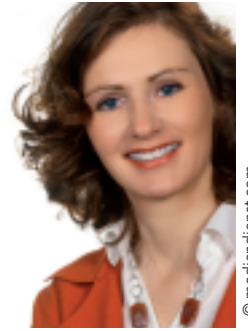


Erfolg

Nur nicht **verzetteln!**

Grundlagen für erfolgreiches Marketing schaffen



© medien dienst.com

Viktoria Hausegger
Inhaberin Agentur mehr.wert für ärzte und
apotheker marketing das gezielt bewegt
www.mehrwertmarketing.at
office@mehrwertmarketing.at
0664/460 16 35

Eines ist sicher: der Bedarf in Fragen Gesundheit und Lebensqualität wird weiter steigen. Die positiven Prognosen im Gesundheitsmarkt sind ein Ansporn für das Bemühen um den Kunden. Doch dies wird noch selten geplant. Dabei ist diese Planung weder schwierig noch extrem zeitaufwändig, wenn eine gute Basis geschaffen wurde.

Was müssen Sie also tun, um Ihr Marketingmanagement erfolgreich zu etablieren?

Zunächst muss die Ausgangssituation betrachtet werden. Marketing befasst sich hier mit folgenden Fragen:

- Wo stehe ich heute? Wo will ich hin? = **strategisches Marketing**
- Wie kann ich das erreichen (welche Maßnahmen sind erforderlich) = **operatives Marketing**

Der Ablauf einer erfolgreichen Marketingplanung lässt sich in folgende Grundelemente spalten:

- Umfassende Analyse (intern/extern)
- Festlegen der Ziele
- Strategien planen
- Einsatz absatzpolitischer Elemente

Die umfassende Analyse

Nur mit einer schonungslosen Ist-Analyse lassen sich die Weichen für eine sichere Zukunft stellen. Eine professionellen Umfeldanalyse sowie die Bewertung der Stärken und Schwächen Ihres Betriebes geben rasch Orientierung und zeigen Potenziale auf.

Und: In unserer multioptionalen Welt sind regelmäßige Kundenbefragungen und Zielgruppenanalysen unverzichtbar. Lassen Sie sich diese Chance keinesfalls entgehen, denn keine Quelle kann zuverlässiger Auskunft über die tatsächlichen

Bedürfnisse des Marktes geben als der Markt selbst. Holen Sie sich dazu aber unbedingt Profis ins Haus!

Festlegen der Ziele

Ziele können beispielsweise Steigerung der Kundenloyalität, Aktivierung von Stammkunden, Imagewandel- oder -verbesserung, Förderung des Teamgeistes, Vermitteln von Einkaufserlebnissen, Steigerung der Zusatzverkäufe etc. sein. Sie müssen sich aber unbedingt an den tatsächlichen Marktbedürfnissen orientieren und konkret formuliert werden – so lassen sich die geeigneten Strategien für eine erfolgreiche Umsetzung leichter finden.

Strategien entwickeln

Aufbauend auf den nun vorliegenden Informationen können Sie für Ihre Apotheke eine Strategie entwickeln. Es können z.B. weniger lukrative Zielgruppen und Leistungen gestrichen und neue in das Angebot aufgenommen, Zusatz- und Serviceleistungen etabliert, sinnvolle Aktionen geplant werden. Wichtig ist es heute auch, sich mit seiner Individualpositionierung auseinanderzusetzen!

Die rote Dachmarke „A“ strahlt positives Licht auf alle Kolleginnen und Kollegen. Es ist Verkaufsargument, Vertrauensbeweis und Symbol zugleich. Doch reicht es aus, um die Qualitäten der einzelnen Apotheken zu transportieren? Bestimmt nicht (mehr)!

Wenn Sie möchten, dass sich die Kunden ausgerechnet für Ihre Apotheke entscheiden, dann müssen Sie gute Gründe liefern und andere Motive bieten als eine für die gesamte Branche zutreffende Erkenntnis: Selbstbild und Philosophie sind zu hinterfragen, zu überarbeiten oder ganz neu entwickeln. Damit legen Sie langfristig gültige Werte fest und schaffen das notwendige Fundament für langfristig wirksame Kommunikation und Werbung!

Der Profit durch kluges Marketing ist immens – verschenken Sie dieses Potenzial nicht an Mitbewerber!