

Leben ist das, . . .

... was passiert während Du andere Pläne machst. Deshalb geht es ab sofort an dieser Stelle nicht mehr um Pläne für Marketing, sondern um das, was passiert: Marketingerlebnisse – lebendig, unterhaltsam und lehrreich.

Neulich in der Apotheke habe ich so einiges auf meiner Einkaufsliste. Eine freundliche PTA begrüßt mich und fragt nach meinen Wünschen. Ich nenne ihr den ersten Punkt. Voller Vorfreude, das Gewünschte mit nach Hause nehmen zu können, schaue ich sie erwartungsvoll an. Sie bedient den Computer, blickt kurz auf den Kassenbildschirm, lächelt mich an und sagt:

„Das möchte ich Ihnen gerne bestellen“ Ich stutze – mit dieser Antwort hatte ich nicht gerechnet. So fällt der

Groschen langsam, ehe ich begreife: Das Gewünschte ist wohl nicht vorrätig (schade!), kann aber besorgt werden (schön!). Ich freue mich über die rasche Problemlösung. Kein gequältes Rumgedruckse „Ach, das tut mir aber leid, das haben wir ja leider gar nicht da, aber wenn Sie wollen, könnte ich es ja bestellen ...?“ Stattdessen frisch anpackend die Lösungsmöglichkeit präsentiert. Eine schöne Idee des Apothekenteams. Einverstanden. Wir tauschen die notwendigen Informationen aus – Name, Lieferzeitpunkt etc. Dann äußere ich meinen nächsten Artikelwunsch. Ein paar Tasten im Computer gedrückt,

Blick auf den Bildschirm, ein freundliches Lächeln – und:

„Das möchte ich Ihnen gerne bestellen“ Jetzt bin ich ja schon geübt und reagiere schneller. Okay, wenn das eine bestellt wird und ich ohnehin noch mal wiederkomme, kann das andere ja mitbestellt werden. Also wechselt auch dieses Produkt von meiner Liste auf die Apothekenbestellliste. Auf zu meinem dritten Wunsch. Und – Sie ahnen es sicher schon – ein drittes Mal: „Das möchte ich Ihnen gerne bestellen“. Hm, also, jetzt bin ich doch ein wenig irritiert. Weniger, dass keiner der von mir gewünschten Artikel vorrätig ist (kann ja mal vorkommen). Aber diese stereotype Wiederholung dieses einen Satzes befremdet mich.

Leben ist das, was passiert Für einen kurzen Moment kommt mir in den Sinn, ob mein PTA-Gegenüber vielleicht gar nicht lebendig, sondern heimlich ein sprechender Bestellroboter ist. Es soll ja zahlreiche technische Innovationen in Apotheken geben. Aber nein, es ist eine PTA aus Fleisch und Blut, die mich beim ersten Mal überrascht und einen kompetenten, positiv-professionellen Eindruck hinterlassen hat. Doch für diesen – möglicherweise seltenen – Wiederho-

lungsfall war sie offenbar nicht so richtig vorbereitet.

Mit Variationen werden Ihre Pläne lebendig Hier sollte das Apothekenteam noch etwas an weiteren Formulierungen feilen um auch Kunden mit ausfallenen Produktwünschen souverän begegnen zu können. Varianten dieses tollen Problemlösungssatzes in petto zu haben ist dabei eine Möglichkeit. Eine andere, mindestens ebenso professionelle, wäre auch die Empfehlung einer Produktvariante. Oder ein lockeres, leicht selbstironisches „na Sie sind ja heute treffsicher – das würde ich Ihnen auch gerne bestellen“.

Seien Sie lebendig, denn Sie sind eben keine Bestellroboter und haben es daher auch nicht nötig, stets die gleichen Sätze herunterzuleiern. Sie sind Persönlichkeiten, die den guten Service Ihrer Apotheke mit Leben erfüllen. Gute Vorbereitung (z. B. von Formulierungen) ist dabei eine hilfreiche Basis. Für alles andere braucht es im Alltag dann manchmal ein wenig Mut und Charme. Ich bin ganz sicher: Sie haben beides! ■

Verena Gertz,
Marketingfachfrau



Kopf dicht? Nase zu? Husten?

I C H
E M P F E H L E
G E L O M Y R T O L
Z U M L Ö S E N

Leitliniengerechte Therapie*
bei Sinusitis und Bronchitis

GeloMyrtol®
forte

N1 300 mg, 20 magensaftresistente Weichkapseln



POHL BOSKAMP



GeloMyrtol® forte - Befreit die Atemwege.

* U. a. in: EPOS (European Position Paper on Rhinosinusitis and Nasal Polyps) 2012

Leitlinie der Deutschen Atemwegsliga und der Deutschen Gesellschaft für Pneumologie und Beatmungsmedizin, 2007

GeloMyrtol® forte. Zur Schleimlösung und Erleichterung des Ab hustens bei akuter und chronischer Bronchitis. Zur Schleimlösung bei Entzündungen der Nasennebenhöhlen (Sinusitis). Wirkstoff: Destillat aus einer Mischung von rektifiziertem Eukalyptusöl, rektifiziertem Süßorangenöl, rektifiziertem Myrtenöl und rektifiziertem Zitronenöl (66:32:1:1). Zus.: 1 magensaftresist. Weichkaps. enth. 300 mg Destillat aus einer Mischung von rektifiziertem Eukalyptusöl, rektifiziertem Süßorangenöl, rektifiziertem Myrtenöl und rektifiziertem Zitronenöl (66:32:1:1). Hilfsst.: Raffiniertes Rapsöl, Gelatine, Glycerol 85 %, Sorbitol-Lösung 70 % (nicht kristallisierend), Hypromelloseacetatsuccinat, Triethylcitrat, Natriumdodecylsulfat, Talkum, Dextrin, Glycyrrhizinsäure, Ammoniumsalz. Gegenanz.: Nicht anwenden bei entzündl. Erkr. i. Bereich Magen-Darm u. d. Gallenwege, schweren Lebererkr., bek. Überempfindlichkeit gegen einen d. Bestandt. des Arzneim., bei Säuglingen und Kindern unter 6 Jahren; Nebenvn.: häufig: Magen- oder Oberbauchschmerzen, gelegentlich: allergische Reaktionen (wie Atemnot, Gesichtsschwellung, Nesselsucht, Hautausschlag, Juckreiz), Entzündung der Magenschleimhaut oder der Darmschleimhaut, Übelkeit, Erbrechen, Durchfall oder andere Verdauungsstörungen, Geschmacksveränderungen, Kopfschmerzen oder Schwindel, sehr selten: In-Bewegung-Setzen von vorhandenen Nieren- und Gallensteinen, Häufigkeit nicht bekannt: schwere anaphylaktische Reaktionen. G. Pohl-Boskamp GmbH & Co. KG, 25551 Hohenlockstedt (01/10)

www.gelomyrtol.de