

Ihr Kunde im Internet



© alphaspirt / fotolia.com

Apotheke und Online – zwei Stichworte, über die seit Jahren seitenweise geschrieben und tagelang diskutiert wird. Aber für Ihr Marketing betrachten Sie einfach „Ihren“ Kunden im WorldWideWeb.

Etwa 75 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzen das Internet – wir müssen also nicht mehr darüber diskutieren, ob dieses Medium relevant ist. Als Informationsquelle zu Gesundheitsthemen liegt es inzwischen gleichauf mit der Beratung in der Apotheke, gleich hinter dem Gespräch mit dem Arzt. Was bedeutet das für Sie im Apothekenalltag und für Ihre Marketingüberlegungen?

Versunken im Meer der Informationen Angaben zu Gesundheit, Krankheit, Medikamenten sind heute nicht mehr der Fachliteratur vorbehalten, sondern nur noch einen Klick entfernt ... oder zwei, drei, ganz viele ... und schon kann Ihr

Team punkten: Wer im Internet sucht, findet alles und nichts. Es gibt eine Unmenge Informationen zu einem Thema. Wer kann schon einschätzen, welche wirklich relevant, verlässlich, neutral, aktuell, vollständig sind? Wer, wenn nicht SIE! Das Expertenteam aus der Apotheke! Profilieren Sie sich – im direkten Gespräch und in Marketingaktivitäten – als Relevanzfilter, der jedem Kunden individuell die wirklich wichtigen und passenden Informationen vermitteln kann. Der dabei neben dem aktuellen Stand der Forschung auch die Krankheitsgeschichte und das Umfeld des Patienten im Auge hat und somit auch zu Wechselwirkungen und Entwicklungen Auskunft und Tipps geben kann. Es gilt, wie so oft,

Qualität vor Quantität und Qualität liefert Ihr Apothekenteam.

Der Internet-informierte Kunde Er steht vor Ihnen und prahlt mit seinem dort angelesenen Wissen? Nehmen Sie die Herausforderung an, akzeptieren Sie, wenn ein Kunde gut informiert ist, nehmen Sie ihn ernst und fachsimpeln Sie ruhig ein bisschen mit ihm. Nutzen Sie die Gelegenheit, im Gespräch auch einmal deutlich zu machen, dass der Kunde in der Apotheke Informationen bekommt, die er im Internet so nicht findet – nämlich immer dann, wenn es um individuelle Fragen zu Verträglichkeit, zusätzliche Tipps zu Anwendung oder Lagerung von Medikamen-

ten geht. Ganz abgesehen von Angaben zu verschreibungspflichtigen Medikamenten, die ja nach wie vor nur für Fachkreise zugänglich sind.

„Im Internet kaufe ich billiger“ Das mag im Einzelfall sogar stimmen und „niedrige Preise“ werden auch als Hauptargument für den Arzneimittelkauf im Internet genannt. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten schaut jeder aufs Geld. Gesundheit aber ist ein nicht-bezahlbares Gut und die Apotheken vor Ort sichern mit ihrem Notdienst die Verfügbarkeit von Arzneimitteln rund um die Uhr, auch an Feiertagen – ohne Postlaufzeiten und Zustelltermine. Und, fast noch wichtiger: Die Apotheke vor Ort ist da, persönlich und direkt erreichbar, sollte etwas schief gehen – seien es Unverträglichkeiten, Schwierigkeiten bei der Anwendung etc.

Internet für Apothekenkunden nutzen Bleiben Sie auf Augenhöhe mit Ihren Kunden und beobachten Sie selbst, was diese im Internet so alles finden können, was sich im Web so tut. Vielleicht teilen Sie dies im Team nach Indikationen auf? Dann können Sie interessierten Kunden auch gute Internetseiten empfehlen. Mit einer Liste zu bestimmten Themen stellen Sie unter Beweis, dass Sie das Informationsbedürfnis des Kunden ernst nehmen und auch in dieser Hinsicht gerne kompetent weiterhelfen. ■

Verena Gertz,
Marketingfachfrau
und Journalistin