



PKA-FORTBILDUNG

Mitmachen und punkten!

	A	B	C
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Einsendeschluss ist der **30. Juni 2013.**

DIE PTA IN DER APOTHEKE
Stichwort: »Verkaufsförderung«
Postfach 1180
65837 Sulzbach (Taunus)

Oder klicken Sie sich bei www.pta-aktuell.de in die Rubrik Fortbildung. Die Auflösung finden Sie dort in zwei Monaten.

Unleserlich, uneindeutig oder unvollständig ausgefüllte Fragebögen können leider nicht in die Bewertung einfließen, ebenso Einsendungen ohne frankierten/adressierten Rückumschlag.



VERKAUF

In dieser Ausgabe von DIE PTA IN DER APOTHEKE (5/2013) sind zum Thema zehn Fragen zu beantworten. Lesen Sie den Artikel, kreuzen Sie die Buchstaben der richtigen Antworten vom Fragebogen im nebenstehenden Kasten an und schicken Sie diesen Antwortbogen zusammen mit einem adressierten und frankierten Rückumschlag an unten stehende Adresse. Oder Sie klicken sich bei www.pta-aktuell.de in die Rubrik Fortbildung und beantworten den Fragebogen online. Wer mindestens acht Fragen richtig beantwortet hat, erhält in der Kategorie 7 (Bearbeiten von Lektionen) einen Fortbildungspunkt. Dieser wird von den Apothekerkammern Hamburg und Nordrhein (Veranstaltungsnummer 2013-21/PKA) vergeben und gilt in den Kammerbezirken Nordrhein und Hamburg.

Ihr PKA-Fortbildungspunkt zum Thema

Datum

Stempel der Redaktion

Absender

Name

Vorname

Beruf

Straße

PLZ/Ort

Ich versichere, alle Fragen selbstständig und ohne Hilfe Dritter beantwortet zu haben.

Datum/Unterschrift



Kreuzen Sie bitte jeweils eine richtige Antwort an und übertragen Sie diese auf die Titelseite der Fortbildung.

1. Welcher Aussage stimmen Sie zu? Für Arzneimittel gilt:

- A Sie sind Waren wie alle anderen auch, also mit Lebensmitteln oder Kleidung vergleichbar.
- B Es existieren wesentlich strengere Werbevorschriften als für Lebensmittel- oder Drogeriemärkte.
- C Apotheken dürfen uneingeschränkt genauso Werbung machen wie Drogeriemärkte.

2. Marketingmaßnahmen dienen dazu ...

- A Patienten/Kunden auf eine bestimmte Apotheke und deren Dienstleistungen aufmerksam zu machen.
- B Verkauf und Absatz der Ware Arzneimittel um jeden Preis zu forcieren.
- C unliebsame Kunden zur Konkurrenzapotheke zu schicken oder sie auf den Versandhandel zu verweisen.

3. Welches Gesetz spielt für Apothekenmarketingmaßnahmen (Werbung, Verkaufsförderung) keine Rolle?

- A Das Heilmittelwerbegesetz (HWG)
- B Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- C Gesetz über Meldungen über Marktordnungswaren (MarktONOG)

4. Welche Sortimentsgestaltung/Werbung ist in der geschilderten Form nicht erlaubt?

- A OTC-Arzneimittel dürfen in der Apotheke in der Freiwahl offen mit befüllten Originalpackungen stehen.
- B Das Freiwahlsortiment darf in der Sichtwahl stehen.
- C Für verschreibungspflichtige Arzneimittel darf gegenüber Laien nicht geworben werden.

5. Welche Behauptung stimmen Sie zu?

- A Das jährliche Marketingbudget von Apotheken liegt im Schnitt drei bis fünf Mal so hoch wie das des Einzelhandels.
- B Die meisten Apotheken investieren ganz gezielt in Werbemittel.
- C Laut einer Treuhandumfrage werden 74 Prozent des Werbebudgets für den Kauf von Kundenzeitschriften, Anzeigenschaltung oder Prospektherstellung ausgegeben.

6. Welche Kundenbindungsmaßnahme schätzen Kunden (laut einer Umfrage) am meisten?

- A Geburtstagsgrüße, möglichst individuell.
- B Kundenzeitschriften, die jede Apotheke hat.
- C Proben.

7. Verkaufsförderung ist ...

- A identisch mit Werbung.
- B eher unmittelbar und findet hauptsächlich im Verkaufsraum vor Ort statt.
- C beispielsweise Fahrzeug- oder Radiowerbung, Anzeigenschaltung in der örtlichen Zeitung.

8. Verkaufsförderungsmaßnahmen sollen ...

- A möglichst die Konkurrenz nachahmen. Dann macht man nichts verkehrt.
- B alles, außer gewöhnlich sein. Schließlich soll die Apotheke positiv im Kundenerinnerungsvermögen bleiben.
- C den Warenabsatz (Verkauf) reduzieren.

9. Was ist keine verkaufsfördernde Maßnahme im engeren Sinn?

- A Rabattaktionen
- B Zugabenverteilung (Kundenpräsent)
- C Abgabe einer Kundenzeitschrift

10. Was ist rechtlich nicht erlaubt? Als PKA können Sie sich bei der Verkaufsförderung gut einbringen mit ...

- A kommunikativer Überzeugung des Kunden im Verkaufsgespräch, Sortiment OTC-Arzneimittel.
- B aufmerksamkeitsstarker Warenplatzierung und -präsentation sowie Schaufenstergestaltung.
- C Mitbetreuung von Internetauftritt und Social Media.