

Das Unternehmen testet bundesweit Apotheken und macht die besten mit dem Apotheken Siegel für Kunden sichtbar.



Professor Thomas Gerlach ist Gründer der unabhängigen Prüfgesellschaft **TESALYS, die beste Beratung, Motivation und gute Laune mit dem Gütesiegel in die Apotheken bringt.**

Wer steckt eigentlich hinter ...

Geschafft! – Immer mehr Apothekenteams sind stolz und hoch erfreut, sich mit dem ApothekenSiegel Kunden und Geschäftspartnern zu zeigen. Bis dahin war es ein langer Weg. Er führte über zwei anonyme TESALYS-Testkäufe in jeder Apotheke einer Stadt, über eine Topplatzierung in der daraus erstellten Rangliste und über weitere sechs anonyme Hauptprüfungen, die mindestens mit der Wertung „gut“ bestanden werden müssen. Und jede einzelne dieser Prüfungen ist äußerst anspruchsvoll. Lediglich in elf Prozent der bisher durchgeführten 7700 Testkäufe wurde ein sehr gutes Ergebnis erreicht. Aufgrund der Breite und Tiefe sowie des pharmazeutischen Anspruchs findet das TESALYS-Prüfverfahren Anerkennung in Fachkreisen und der Politik. Kein Wunder, dass die „ausgezeichneten“ Apothekenteams bester Laune und hoch motiviert sind. „Und genau das ist auch wichtig für ihre Kunden“, ist TESALYS-Gründer Professor Thomas Gerlach überzeugt. „Denn Menschen gehen in eine Apotheke, weil sie auf der Suche nach Gesundheit und Wohlbefinden sind. Sie wollen fachkompetent aber auch freundlich und engagiert beraten werden.“ Zudem, davon ist der Marketingexperte überzeugt, werden Kunden immer kritischer. Sie möchten genau wissen, wo sie in Fragen ihrer Gesundheit die beste Leistung bekommen. Ein glaubwürdiges Siegel war aus seiner Sicht überfällig. Mit dem ApothekenSiegel können die besten Apotheken Deutschlands Flagge zeigen und sich vom Wettbewerb unterscheiden.

Dem erfahrenen Spezialisten für Kommunikations- und Markenstrategien war es wichtig, ein Instrument zu ent-

wickeln, mit dem Apotheker und PTA ihre tragende Rolle als Heilberufler in den Mittelpunkt der Kundenwahrnehmung und des Wettbewerbs stellen können. Mit dem ApothekenSiegel will er die Leuchttürme der Branche sichtbar machen. An diesen können sich dann alle orientieren: die Kunden und die Mitbewerber. Dies wird langfristig das Qualitätsniveau der gesamten Branche steigern, zumal sich jede Siegelapotheke nach zwei Jahren einer Folgeprüfung unterziehen muss.

Um die Siegelapotheken in den Mittelpunkt der öffentlichen Aufmerksamkeit zu führen, spielt das TESALYS Team auf der ganzen Bandbreite der Kommunikationsinstrumente: Feierliche Siegelübergaben als Kunden- und Medienevents, Pressearbeit und zahlreiche innovative Kommunikationsinstrumente, die in Design und Funktionalität die Aussagekraft des Siegels stärken. Die Siegelapotheken sind leicht zu erkennen. Sie tragen das rote ApothekenSiegel gut sichtbar im Schaufenster. ■

Weitere Informationen finden Sie unter www.ApothekenSiegel.de