

# Planen für 2012

Kalender für das  **kommende Jahr** gibt es inzwischen überall im Handel. Jetzt ist die richtige Zeit, die anstehenden Marketingaktivitäten frühzeitig und in Ruhe anzugehen.

**O**berstes Ziel jeglicher Marketingmaßnahmen ist der wirtschaftliche Erfolg der Apotheke, um ihre Existenz zu sichern. Der Weg dorthin führt über verschiedene Teilziele. Beispielsweise kann es eines sein, Stammkunden verstärkt zu pflegen. Oder aber man möchte neue Kunden, neue Zielgruppen hinzugewinnen. Auf- oder Ausbau eines bestimmten Apothekenimages (Expertenteam für Naturheilkunde, Kompetenz für Mutter und Kind) kann ein weiteres Ziel von Marketingmaßnahmen sein.

**Instrumente** Die Auswahl ist groß: Verkaufs- und Informationsaktionen, Schaufensterdekorationen, Handzettel, Kundenanschreiben, eine Vortragsreihe durchführen, an lokalen

Festen etc. teilnehmen, mit der örtlichen Presse zusammenarbeiten, Aktionen und Kooperationen mit Kindergarten/Schule/Altenheim/Verbänden und vieles mehr.

**Themen** Um diese Instrumente mit Leben zu füllen, können Sie als Apothekenteam vielfältige Inhalte nutzen und ansprechen. Sie können Gesundheitsthemen nach Jahreszeit und Saison auswählen (Frühjahr/Allergien, Heuschnupfen, Sommerferien/Reisemedizin, Herbst/Erkältungszeit) oder sich an Feiertagen orientieren (Weihnachten/Ernährung, Muttertag/Medizin für Frauen). Sie können für jeden Monat ein neues Gesundheitsthema in den Mittelpunkt stellen („Organ des Monats“, „Heilpflanze des Monats“). Empfehlenswert ist auch, sich nach den zahlreichen na-

tionalen und internationalen Aktionsstagen zu richten. Sie finden Sie im Internet auf der Website der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung: [www.infodienst.bzga.de](http://www.infodienst.bzga.de). Profitieren Sie davon, dass häufig große Organisationen und Verbände Material zu diesen Gesundheitstagen bereithalten, das Sie für Ihre Marketingaktivität nutzen können. Recherchieren Sie nach kostenfreien Angeboten, so sparen Sie und müssen das Rad nicht neu erfinden, sondern nur an Ihre Apotheke anpassen. Zudem erleichtert die übliche Öffentlichkeitsarbeit rund um diese Aktionsstage, Aufmerksamkeit für das Thema und damit für Ihre Marketingaktivität zu erhalten.

**Zeit, Geld und Personal** Nun ist Ihr Marketingkalender 2012 bestimmt schon gut gefüllt mit Ideen. Jetzt rücken die Teamressourcen in den Blickpunkt: Passen die Marketingtermine zum Apothekenalltag oder durchkreuzen beispielsweise Urlaubszeiten die Ideen? Wie viele und welche Vorbereitungen sind notwendig und wer kann sie übernehmen? Welche Kosten entstehen, wie lassen sie sich senken und stehen sie im richtigen Verhältnis zum gesetzten Ziel?

Sorgfältige Überlegungen und Vorbereitungen zahlen sich hier aus und vermeiden hektischen Aktionismus. Sie werden rasch merken – die Zeit bis zum Jahreswechsel und dem Start in Ihren Marketingplan 2012 wird hierbei wie im Flug vergehen. ■

Verena Gertz, Marketingfachfrau und Journalistin

2012

JANUAR	FEBRUAR	MÄRZ	APRIL	MÄI	JUNI	JULI	AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER	DEZEMBER
1 SA 2 SO 3 DI 4 MI 5 DO 6 FR 7 SA 8 SO 9 DI 10 MI 11 DO 12 FR 13 SA 14 SO 15 DI 16 MI 17 DO 18 FR 19 SA 20 SO 21 DI 22 MI 23 DO 24 FR 25 SA 26 SO 27 DI 28 MI 29 DO 30 FR 31 SA	1 MI 2 DI 3 MI 4 DI 5 MI 6 DI 7 MI 8 DI 9 DI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI	1 MI 2 DI 3 MI 4 MI 5 MI 6 MI 7 MI 8 MI 9 MI 10 MI 11 MI 12 MI 13 MI 14 MI 15 MI 16 MI 17 MI 18 MI 19 MI 20 MI 21 MI 22 MI 23 MI 24 MI 25 MI 26 MI 27 MI 28 MI 29 MI 30 MI 31 MI

© newpic.eu / www.fotolia.com