

Gesprächstipps bei Kunden, die alles aus dem Internet wissen



© hannesj / www.fotolia.com

Was tun Sie, wenn Ihr Gegenüber sich bereits **online** informiert hat und Ihre Meinung dazu hören will?

Komisch eigentlich, aber wir Apothekenmitarbeiter haben eine seltsame Form des Selbstbewusstseins. Einerseits sind wir der Ansicht, dass wir unglaublich viele Daten und Fakten über Arzneimittel wissen und dass wir die richtigen Ansprechpartner zu jedem Arzneimittelthema sind. Andererseits kann uns jeder noch so kleine Kundeneinwand komplett aus der Fassung bringen. Wie ist das möglich? Ganz einfach: Es sind nicht die Einwände, die ein Kunde hervorbringt, die uns so sehr verunsichern. Es sind unsere eigenen Einwände, die uns fertig machen.

Ihr Kunde profitiert von Online-Käufen? Ihr Gegenüber sagt: „Ich habe mal im Internet geforscht. Und da stand, dass das Produkt XY eine gute Empfehlung bei meiner Erkrankung ist. Können Sie mir dieses Produkt empfehlen?“ Dabei denkt der Kunde: „Ich hab wirklich gar keine Ahnung. Was weiß ich, was das für eine Internetseite war ... die hier in der Apotheke, die wissen das. Die sagen mir das, ganz bestimmt.“
Ich denke: „Wenn du im Internet kaufen willst, dann mach das doch, ich kann diesen Preis ohnehin nicht halten, also lass mich in Ruhe damit. Du willst ja doch nur deine Bestätigung dafür suchen, dass wir in der Apotheke zu teuer sind!“ Dann

sage ich: „Ja, das kann sein. Sicher gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, die für Sie in Frage kommen, aber das ist auf jeden Fall eine. Ich darf Ihnen aber auch gleich sagen, dass wir dieses Produkt nur in der kleinen Größe führen, da die große Packung nur übers Internet läuft. Die haben wir nicht vorrätig.“ Kein Wunder, dass der Kunde dann die Welt nicht mehr versteht. Denn in Wirklichkeit kann und will er nicht allein entscheiden, sondern er braucht unseren Rat – deshalb kommt er.

Wie hätte denn das Gespräch besser laufen können? Der Kunde sagt: „Ich habe mal im Internet geforscht. Und

da stand, dass das Produkt XY eine gute Empfehlung bei meiner Erkrankung ist. Können Sie mir dieses Produkt empfehlen?“ Ich sage: „Sie suchen also ein Arzneimittel gegen Krankheit XYZ, für sich selber ... (Kunde nickt bejahend) ... ich verstehe ... welche weiteren Arzneimittel nehmen Sie ein und was sollte ich darüber hinaus genau über Ihren Gesundheitszustand wissen, um Sie optimal zu beraten?“ Nun antwortet Ihr Kunde und Sie können aus pharmazeutischer Sicht entscheiden, ob seine Wahl richtig war, oder nicht. Falls ja, verkaufen Sie ihm das gewünschte Arzneimittel ohne Wenn und Aber und nennen ihm die wichtigsten Punkte zur Einnahme. Falls nein, geben Sie ihm das Richtige, ebenfalls ohne Wenn und Aber.

Die Hauptwirkung Ihres Verhalten wird sein: Sie positionieren sich als absoluter Arzneimittelexperte. Als der, der Sie auch sind.

Hat dieses Verhalten auch Nebenwirkungen? Unbedingt: Denn Sie übernehmen die Verantwortung dafür, dass Sie eine durchdachte Empfehlung äußern. Allerdings können Sie diese Verantwortung aus unserer Sicht mit Leichtigkeit tragen. Denn es ist leichter, die Verantwortung für eine gute Empfehlung zu übernehmen, als für fehlende Beratung oder unterlassene Arzneimittelauswahl. ■

*Anna Laven, Apothekerin
und Pharmazietrainerin*