

Cross-Selling

Praxistipps für die Erkältungssaison

LA | Patienten möchten in der Apotheke gut beraten werden. Dazu gehören auch aktives Empfehlen von weiteren Präparaten und alternative Zusatzhinweise. Einige Apothekenmitarbeiter scheuen sich vielleicht, Zusatzempfehlungen auszusprechen, weil sie nicht aufdringlich wirken wollen oder die Zeit für eine Beratung knapp ist. Natürlich ist es wichtig, sensibel vorzugehen und den Kunden nicht zu verprellen. Durch eine einfühlsame und kompetente Beratung kann sich die Apotheke jedoch als kompetenter Ansprechpartner in Gesundheitsfragen auszeichnen.

„Ich habe eine starke Erkältung! Bitte geben Sie mir dieses Grippemittel aus der Werbung.“ Dieser Beginn eines Kundengesprächs dürfte vielen bekannt vorkommen. Eine Klärung der genauen Beschwerden ist dabei zunächst unabdingbar.

Erkältungen sind Virusinfektionen, die unter anderem durch Rhino-, Adeno- oder Parainfluenzaviren ausgelöst werden. Die typischen Symptome lassen sich grob in verschiedene Stadien unterteilen: Meist beginnt ein grippaler Infekt mit Halsschmerzen oder Heiserkeit und geht über in Reizhusten, der dann wiederum in einen produktiven Husten übergeht. Begleitende Beschwerden sind Schnupfen, Kopf- und Gliederschmerzen und erhöhte Temperatur. Eine einfache Erkältung dauert in der Regel durchschnittlich 8-10 Tage.

Um mit der passenden Empfehlung genau auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen zu können, ist ein breites Produktwissen unerlässlich. Dies kann und sollte in Apotheken-Teamsitzungen regelmäßig geschult bzw. aufgefrischt werden. Es bietet sich an, Listen von empfohlenen Medikamenten für häufige Symptome wie Husten, Schnupfen, Halsschmerzen, Heiserkeit, Kopfschmerzen und Fieber zu erstellen, wobei chemische und pflanzliche Produkte berücksichtigt werden sollten. In diesem Rahmen kann auch die richtige Kundenansprache durch praktische Übungen anhand von Rezeptkopien verbessert werden.

Hygiene beim Husten und Niesen

Spätestens seit der Pandemie weiß man, dass sich Desinfektionsmittel als Zusatzverkäufe anbieten und ihre

Exemplarisches Cross-Selling-Gespräch:

Ein Kunde mit Schnupfen klagt über seine dauernd laufende Nase. Vom vielen Schnäuzen sei seine Nase schon ganz wund.

„Bei laufender Nase und angeschwollener Nasenschleimhaut empfehle ich Ihnen ein abschwellendes Nasenspray. Um Ihre trockene Haut zu pflegen, würde ich zu einem zusätzlich pflegenden Mittel, z.B. mit Dexpanthenol, raten. Alternativ können Sie eine Nasosalbe anwenden, die zur Heilung Ihrer wunden Haut beiträgt. Warme Erkältungstees, z.B. mit Lindenblüten oder Salbeiblättern, sind ebenfalls wohltuend und unterstützen den Körper bei der Heilung. Es sollte außerdem auf eine angemessene Hygiene geachtet werden: Häufiges Händewaschen sowie Desinfizieren ist nun besonders wichtig. Begrüßungen mit Händedruck sollten vermieden werden.“

Platzierung in der Sichtwahl neben Erkältungspräparaten sinnvoll sein kann. Eine Kombination von OTC-Erkältungspräparaten mit der Kategorie Desinfektion kann den Abverkauf deutlich stärken, weshalb diese umsatzfördernde Wechselbeziehung genutzt werden sollte.

Praxistipps: Cross-Selling erfolgreich umsetzen

1. Kundentyp erkennen:

Ist der Kunde zugänglich für eine Beratung oder z.B. in Zeitnot?

2. Abverkaufssituation erkennen:

Wird ein Rezept eingelöst, konkret ein Produktwunsch geäußert oder ein bestimmtes Symptom geschildert? Gibt es typische Nebenwirkungen zur bestehenden Therapie, die (vorbeugend) behandelt werden können?

3. „Offene Fragen“ stellen, um einen möglichen Mehrbedarf zu ermitteln:

Haben Sie gleichzeitig noch andere Beschwerden? Kennen Sie den Auslöser?

4. Listen erstellen und ggf. vorher teamintern üben:

Bei welchen typischen Abverkaufssituationen ist ein Zusatzverkauf vielversprechend? Bei welcher Indikation/Produktgruppe sollte welches Präparat empfohlen werden?

5. Sicht- und Freiwahl mit einbeziehen:

Befinden sich typische Zusatzempfehlungen in Sicht-/Reichweite für den Kunden? Falls das nicht der Fall ist: Ist das empfohlene Produkt vorrätig?

6. Rohertrag nutzen:

Können für typische Zusatzempfehlungen besondere Einkaufskonditionen genutzt werden, um den Rohertrag zu optimieren?

7. Apotheken-EDV mit einbeziehen:

Welche Tools stehen in der Apotheken-EDV zur Verfügung und wie sind diese anzuwenden? Können Zusatzempfehlungen nach den Vorstellungen des Apotheken-teams angelegt/ergänzt werden?

8. Regelmäßige Evaluation und Anpassung:

Cross-Selling-Maßnahmen regelmäßig im Hinblick auf Umsetzung und Erfolg in Teamsitzungen besprechen und bewerten, ggf. Warenlager anpassen. Was hat gut funktioniert? Gab es anschließend positives Kundenfeedback? Um wie viel konnte der Absatz/Umsatz gesteigert werden? Ist eine Sortimentsanpassung notwendig?

Fazit

Zusatzverkäufe lohnen sich hinsichtlich Kundenbindung und Umsatzsteigerung. Ein erfolgreiches Cross-Selling erfordert aber neben breitem pharmazeutischem Fachwissen auch ein gewisses Maß an Fingerspitzengefühl und viel Übung in der Praxis.

Die Einzeldosis, die den Unterschied macht.

moderna

Spikevax™ XBB.1.5: Der angepasste COVID-19-Impfstoff ist jetzt verfügbar.

Vorteile der Einzeldosis für Ihre Praxis:

- ▶ Einfaches Handling
- ▶ Flexibilität in der Terminplanung
- ▶ Effizient, da die Problematik verfallender Restmengen entfällt



Erfahren Sie mehr auf
spikevax-evidenz.de



Bitte konsultieren Sie vor der Verabreichung die Fachinformation. Diese finden Sie unter
<https://modernacovid19global.com/de-DE/germany-spikevax-xbb-1-5-smcp.pdf>