

PX reach von Pharmaworx

Partner für Ihre Apotheke vor Ort

DAP ist immer auf der Suche nach interessanten Konzepten in und um Apotheken, die für viele Kolleginnen und Kollegen spannend sind. Heute stellt an dieser Stelle Apotheker Lars Peter Wall Pharmaworx und PX reach vor.

Pharmaworx und sein Kernteam

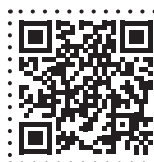
Mein Name ist Lars Peter Wall. Ich bin seit 25 Jahren selbstständiger Apotheker in den Mühlen-Apotheken im schönen Neumünster in Schleswig-Holstein. Vor 4 Jahren haben mein Partner Kai-Patrik Reimers, Inhaber von Cayenne-Media, einer Werbeagentur mit Schwerpunkt Apotheken, und ich, die Firma Pharmaworx gegründet.

Zusammen mit Christoph Zickler, unserem Mitgesellschafter und Hauptentwickler, sowie Christin Giovane, zuständig für unsere Social-Media-Angebote und Leitung Kundensupport, haben wir ein schlagkräftiges Kernteam, das gemeinsam all das umsetzt, was uns wichtig ist.

Vor-Ort-Apotheken im Fokus

Zielsetzung von Pharmaworx ist, die Vor-Ort-Apotheken Deutschlands mit sinnvollen digitalen Systemen und Tools zu unterstützen. Das ist naheliegend, denn ich bin ja selbst Apotheker. Also haben wir mit PX reach ein System entwickelt, welches direkte Partnerschaften zwischen pharmazeutischen Herstellern und Apotheken ermöglicht. Wir haben das große Glück gehabt, gleich zum Start mit der Firma Bayer einen sehr großen und bekannten Industriepartner im OTC-Bereich begeistern zu können. Vor etwa 2 Jahren sind noch Beiersdorf mit der Marke Eucerin® sowie Pierre Fabre mit der Marke Avène an Bord gekommen.

Für unsere Industriepartner entwickeln wir als unser Hauptprodukt herstellerindividuelle DTC(Direct-to-Consumer)-Shops, die es ermöglichen, von den Online-Auftritten und dem digitalen Marketing der Industriepartner Bestellungen in die angeschlossenen Apotheken vor Ort zu lenken. Ein schönes Beispiel ist unser Eucerin®-Shop, über den Bestellungen über unser System laufen.



DTC-Eucerin®-Shop:
www.DAPdialog.de/8531

Unterstützung durch Industriepartner

Wir sind sehr dankbar dafür, dass unsere Industriepartner im letzten Jahr insgesamt einen 7-stelligen Betrag für verschiedenste Online-Marketing-Aktionen für uns Vor-Ort-Apotheken, die PX reach als Landingpage nutzen, investiert haben. Dies auch häufig in der Kombination mit digitalem Couponing.

Wir sind sehr stolz darauf, dass inzwischen etwa 4.000 Apotheken unser System nutzen und von den Kampagnen der Industriepartner profitieren. Unsere Apotheken sind entweder vom Außendienst unserer Industriepartner angesprochen worden oder wurden von uns per Mailing informiert. Immer mehr kommen auch durch Mund-zu-Mund-Propaganda zu unserem System.

Teilnahme für Apotheken kostenfrei

Dabei ist es uns wichtig, dass die Teilnahme für die teilnehmenden Apotheken kostenfrei ist und bleibt. Der jeweilige Industriepartner übernimmt die Kosten für PX reach und es fallen keinerlei Transaktions- oder sonstige Gebühren für die teilnehmenden Apotheken an! Meine Kollegen und ich werden tatsächlich immer wieder einmal gefragt, wo denn der Haken an der Sache sei. Ich kann guten Gewissens sagen: Wir sind die Guten und wir haben keine Hintergedanken dabei! Das „Schlimmste“, was einer teilnehmenden Apotheke passieren kann, ist, dass sie kostenfrei Bestellungen erhält.

Das System ist sehr einfach zu nutzen und selbsterklärend entwickelt, sodass es problemlos in den normalen Apothekenbetrieb integriert werden kann.

Warum haben wir PX reach entwickelt?

Wir Apothekerinnen und Apotheker, die online und auf Social Media unterwegs sind, beobachten oft Folgendes:

OTC-Hersteller und Anbieter apothekenexklusiver Artikel schalten Online-Werbung, die häufig zu den großen, bekannten Versendern, meist im europäischen Ausland, verlinkt, wo die beworbenen Artikel dann direkt bestellt werden können. Auch sind häufig auf den Hersteller-Homepages Versender prominent verlinkt. Dies ärgert uns und wirft die Frage nach dem „Warum“ auf, wenn wir doch den Hauptumsatz mit diesen Produkten zu ca. 80% in unseren Apotheken vor Ort machen. Bei uns finden meist auch der Erstkontakt und die Beratung unserer Kunden zu diesen Artikeln statt. Wir Apotheker fühlen uns also erst einmal ungerecht behandelt.

Warum investieren also die Hersteller neben dem Online-Marketing nicht ebenso viel oder sogar viel mehr in unsere Apotheken vor Ort, wenn wir doch auch in den nächsten Jahren weiterhin den Hauptumsatz mit den Artikeln machen werden? Die Antwort ist, dass der Absatz dieser Artikel über den Versandhandel in den letzten Jahren stark gewachsen ist und dass es für die Anbieter und deren Marketingabteilungen sehr einfach ist, Kampagnen deutschlandweit für Versender aufzusetzen und den Erfolg dieser auch messen zu können.

Versandhandel vs. Vor-Ort-Apotheke

Ein Versandhandel ist deutschlandweit für alle Endkunden für digitales Marketing kampagnenfähig, die Vor-Ort-Apotheken sind dies in ihrer Gesamtheit nicht! Es ist aus Anbietersicht also verständlich und auch legitim, diesen Vertriebsweg zu nutzen, um von dem vorhandenen Wachstum dort zu profitieren. Wer da nicht mitmacht, verliert Marktanteile.

Wir müssen uns nichts vormachen: Die Industrieunternehmen sind zuallererst ihren Aktionären und Investoren verpflichtet und erst danach uns Apotheken. Warum aber fördern Hersteller das Wachstum des Versandhandels mit ihrem Online-Marketing, wenn dort heute schon oligopole Strukturen herrschen, die die Hersteller offensichtlich zunehmend bei Verhandlungen um Einkaufskonditionen und Werbekostenzuschüsse unter Druck setzen können? Es ist schlicht sehr komplex, 17.000 Vor-Ort-Apotheken an die Online-Marketing-Kampagnen anzubinden, und die Messbarkeit des Erfolges ist ebenfalls keine einfache Aufgabe. Es existiert kein einheitliches digitales System, an welches möglichst alle Apotheken zu diesem Zweck angeschlossen wären.

PX reach: Vor-Ort-Apotheken werden kampagnenfähig

PX reach macht Ihre Apotheke und die anderen Vor-Ort-Apotheken für das Marketing der Hersteller kampagnenfähig – und das ist für die teilnehmenden Apotheken kostenfrei!

- PX reach ist eine digitale Plattform, die Apotheken und Hersteller direkt miteinander vernetzt.
- PX reach ist also KEIN kostenpflichtiger Marktplatz, der sich zwischen die Apotheken und Hersteller „setzt“, Endkundendaten der teilnehmenden Apotheken selbst sammelt und später eventuell auch Eigeninteressen verfolgen könnte.
- Bei PX reach bleibt der Kunde stets ein Kunde Ihrer Apotheke und wird nicht Kunde eines Marktplatzes. PX reach fördert also die direkte Kundenbeziehung und hält die Wertschöpfung in der Apotheke, ohne dabei auf Dritte angewiesen zu sein.
- PX reach integriert sich nahtlos in die Arbeitsabläufe Ihrer Apotheke. Kunden finden über einen Apothekenfinder direkt zu Ihnen und können Ihre Produkte bequem zu den apothekenindividuellen Preisen vorbeistellen. Hersteller können gezielte Marketingkampagnen steuern, von denen Sie als Partnerapotheke profitieren. Dank einer vollständig digitalisierten Prozesskette – von der Bestellung bis zur Abholung – sparen Sie Zeit und verbessern den Service für Ihre Kundschaft.

Sie profitieren von einer erweiterten digitalen Sichtbarkeit und erhöhen Ihre Reichweite. Durch die direkte Einbindung Ihrer Apotheke bleibt der persönliche Kundenkontakt erhalten. Darüber hinaus unterstützt die Plattform Sie bei der Bearbeitung von Bestellungen.

Der Einstieg in PX reach ist einfach und schnell. Sie registrieren sich kostenlos und wählen die Herstellerprogramme, die zu Ihrer Apotheke passen. Anschließend nutzen Sie die digitalen Unterstützungen, um mehr Kundschaft zu gewinnen. Profitieren Sie auch von den Marketingkampagnen der Hersteller, um Ihre Apotheke digital zu stärken und Ihre Kunden besser zu erreichen.

Fazit: PX reach ist mehr als nur ein digitales Tool – es ist eine Brücke zwischen Ihrer Apotheke, Herstellern und Endkunden. Mit dieser Plattform können Sie Ihre Apotheke in die digitale Zukunft führen und gleichzeitig Ihre persönlichen Stärken bewahren.

Machen Sie mit und registrieren Sie Ihre Apotheke auf:
www.px-reach.de

Ihr Lars Peter Wall

Mühlen-Apotheken, Neumünster,
und Pharmaworx GmbH

