

Topfit im Verkauf, Teil 8

Zusatzverkauf

In der vorigen Ausgabe dieser Serie ging es um den Verkaufsabschluss. Doch obwohl er Abschluss heißt beginnt damit die Kundenbeziehung erst so richtig. Was folgt ist z.B. der Zusatzverkauf, um den es heute geht.

Zusatzverkauf schafft StammkundInnen

Ein Zusatzverkauf ist dann positiv zu bewerten, wenn er dem **Win-win-Grundsatz** entspricht. Das heißt, sowohl der/die KundIn als auch die Apotheke sollen von dem Geschäft profitieren. Wenn Sie KundInnen auf dieser Basis beraten, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass sie zu StammkundInnen werden.

Denken Sie für den/die KundIn mit

Als kompetente/r PKA denken Sie für Ihre KundInnen mit, indem Sie beispielsweise zum Hauptprodukt passende Ergänzungsproduk-

te mit anbieten. Gehen Sie beim Zusatzverkauf diskret vor und drängen Sie Ihre KundInnen nicht. Viele sind dankbar für eine umfassende Beratung und Betreuung.

Zusatzverkauf bringt Profit

Ein weiteres wesentliches Argument, das für das Forcieren von Zusatzverkäufen spricht, ist der finanzielle Aspekt. Zusatzartikel verfügen oft über höhere Deckungsbeiträge als das – meist verschreibungspflichtige – Hauptprodukt. Das bedeutet, dass durch den Zu-

satzverkauf ein weiterer Gewinn erzielt werden kann. Ein weiteres wesentliches Argument, das für das Forcieren von Zusatzverkäufen spricht, ist der finanzielle Aspekt. Zusatzartikel verfügen oft über höhere Deckungsbeiträge als das – meist verschreibungspflichtige – Hauptprodukt. Das bedeutet, dass durch den Zu-

Machen Sie zu jedem Hauptprodukt eine passende Zusatzempfehlung



Fotos: Kwizda



Mitmachen und gewinnen – Ihre Meinung zählt:



Nennen Sie uns Ihre persönlichen Tipps oder Erfahrungen aus Ihrer Praxis zum Thema "Zusatzverkauf".

auf www.kwizda-online.at oder
per e-mail an pka-forum@kwizda.at (bitte mit Name und Adresse)

Unter allen Einsendungen verlosen wir in jeder Ausgabe **attraktive Überraschungspreise** und am Ende der Serie die **persönliche Teilnahme an einem Seminar "Topfit im Verkauf"** im Rahmen der neuen Kwizda Fortbildungsreihe. Nähere Infos auf www.kwizda-online.at



Pharmahandel

satzverkauf nicht nur der Umsatz, sondern überproportional der Gewinn ansteigt.

Immer Zusatzprodukte anbieten

Erfolgreiche PKAs bieten immer Zusatzartikel an. Lassen Sie es auf den Versuch ankommen und haben Sie keine Angst vor einem möglichen Nein. In Studien wurde herausgefunden, dass es wesentlich einfacher ist, bestehenden KundInnen etwas zusätzlich zu verkaufen, als neue KundInnen zu gewinnen. Nutzen Sie daher das Potenzial Ihrer bestehenden Kundschaft!

Welche Produkte kann der/die PKA ergänzend anbieten?

- **Präparate, die das Hauptprodukt sinnvoll ergänzen**, z.B. solche, die die Nebenwirkungen des verschriebenen Medikaments lindern oder dieses in seiner Wirkung unterstützen (z.B. Limexx Lutschtabletten)
- **Produkte, die situationsbedingt für den/die KundIn interessant sein könnten** (beispielsweise können Sie KundInnen, die einen Gelbsuchtimpfstoff vor einer Tropenreise kaufen, zusätzlich ein spezielles Insektenschutzmittel oder eine Reiseapotheke anbieten)
- **eine Zusatzempfehlung, die zur Jahreszeit** (Sonenschutzcreme im Sommer, etwas zur Stärkung der Abwehrkräfte im Herbst und Winter etc.) oder zu gewissen Anlässen (Muttertag, Vatertag etc.) passt.
- „Was geben Sie Ihren Kindern, damit auch sie besonders leistungsfähig sind?“ (z.B. Kinder Leaton)
- „Wie geht es Ihren Augen jetzt, in der Heuschnupfenzeit?“ (z.B. juckreizlindernde Augentropfen)
- „Was tun Sie, um in der Nacht Luft durch die Nase zu bekommen?“ (z.B. Inhalierstift oder Erkältungsbalsam)
- „Wie behandeln Sie Ihre Haut nach dem Sonnenbad?“ (z.B. Kwizda Panthenol Spray).



Für Fragen stehen Ihnen die Experten gerne zur Verfügung



Mag. Roman Kmenta,
VBC-Verkaufsexperte,
kmenta@vbc.at,
www.vbc.at



Karin Stöhr,
VBC-Verkaufsexpertin,
stoehr.karin@aon.at,
www.vbc.at

Zusatzverkauf mit „offenen Fragen“

Offene Fragen eignen sich am besten zur Einleitung eines Zusatzverkaufs:

- „Wie schützen Sie Ihren Darm, wenn Sie Antibiotika einnehmen?“ (z.B. Inflanor)



Unterschiedliche Anlässe oder Jahreszeiten bieten eine gute Gelegenheit um eine Zusatzempfehlung abzugeben



Praxistipps „Zusatzverkauf“

- Bieten Sie jedem Kunden die passenden Zusatzartikel an!
- Verwenden Sie dafür offene Fragen!
- Die Kwizda KundenMerkBlätter & VorsorgeTipps sind ohne Produktbenennung verfasst und **beinhalten zahlreiche Hinweise für Zusatzverkäufe**. Geben Sie deshalb bei jeder Gelegenheit Ihren KundInnen eine der 49 Gesundheitsinformationen mit nach Hause.

Die Gestaltung der Serie „Topfit im Verkauf“ erfolgt mit freundlicher Unterstützung von **Kwizda Pharmahandel**.

Kwizda
Pharmahandel