

PKA-Forum „Topfit im Verk



**Wichtig im Umgang mit KundInnen:
Finden Sie die richtige Balance
zwischen „hard selling“ und „kaufen helfen“**

Zunehmende Eigenverantwortung für Gesundheit und steigende Selbstmedikation erhöhen den Bedarf der Bevölkerung an maßgeschneiderter Gesundheitsinformation und -versorgung. Die persönliche Beratung und Betreuung des Kunden in der Apotheke gewinnt da-

her zunehmend an Bedeutung.

Um PKAs in Ihrer Beratungstätigkeit zu unterstützen, hat Kwizda Pharmahandel in Zusammenarbeit mit dem Schulungsunternehmen VBC und in Kooperation mit der Apotheker Krone die Serie „Topfit im Verkauf“ exklusiv

für PKAs erstellt. Die Serie wurde von Mai bis Juli 2005 in der Beilage Offizin & Tara veröffentlicht.

Nachfolgend haben wir für Sie die wichtigsten Facts dieser Serie noch einmal kurz und prägnant zusammengefasst. Detaillierte Informationen dazu finden Sie im ko-

Die wichtigsten Facts zur Serie noch einmal im Kurzüberblick

stenlosen PKA-Forum, unter www.pka-forum.at

Teil 1: Grundlagen – Einstellung zur Tätigkeit „Verkaufen“

- Die richtige Balance zwischen „kaufen helfen“ und „hard selling“ ist bestimmend für Verkaufserfolg und Kundenzufriedenheit
- Verkaufsgespräche aktiv und sensibel führen
- Ausführliche und qualitativ hochwertige Beratung führt zum Verkaufserfolg!

Teil 2: Kundentypen in der Apotheke – „Praxistipps Kundenorientierung“

- Es gilt zu unterscheiden zwischen:



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



auf“

RezeptkundInnen, KundInnen, die mit einem konkreten Produktwunsch in die Apotheke kommen, Beratung suchenden KundInnen sowie KundInnen die sich „umschauen“ wollen

- KundInnen begrüßen und während des Gesprächs den/die KundIn mit Namen ansprechen (siehe Rezept, Kundenkarte, ..)
- Lächeln – es erzeugt in allen Lebenslagen eine positive Grundstimmung
- KundInnen entgegengehen, wenn sie gehbehindert sind, Tür aufhalten und gegebenenfalls einen Sitzplatz anbieten
- Wartende KundInnen durch Blickkontakt wahrnehmen, begrüßen oder zumindest anlächeln
- Alle Nebentätigkeiten beenden und sich ausschließlich dem/der KundIn widmen
- Nächste/n KundIn erst bedienen, wenn der/die andere KundIn verabschiedet wurde.

Teil 3: Den Raum der Offizin effektiv nutzen

- Das ganze Offizin für die Kundenberatung nutzen, auf KundInnen zugehen
- Die richtige Distanz zu KundInnen wählen (etwa eine Armlänge)
- Wartezeit angenehm gestalten (Sitzplätze, Kinder-



Die Präsentation des Produkts sollte erst nach einer gezielten Bedarfserhebung erfolgen

spielplätze & Lesecken anbieten).

Teil 4: Die Bedarfserhebung

- Gezielter Einsatz von Fragen & aktives Zuhören
- Wer fragt, lenkt das Gespräch
- 70% Gesprächanteil hat der/die KundIn
- Präsentation des Produkts erst nach gezielter Bedarfserhebung.

Teil 5: Produktpräsentation

- Zu viel Information vermeiden
- Merkmal – Nutzen – Checking (MNC)-Frage
- Möglichst viele Sinneswahr-

nehmungen ansprechen

- Blicke des/der KundIn führen
- Maximal 1-2 Produkialternativen anführen.

Teil 6: Einwände und Vorwände

- Nicht „auf Knopfdruck“ Gegenargumentieren, sondern aktiv zuhören
- „Auspendeln“ um zwischen Vorwänden und Einwänden der KundInnen unterscheiden zu können
- Einwände hinterfragen und entkräften.

Teil 7: Der Verkaufsabschluss

- Abschlussfragen stellen

- „Augen und Ohren auf“ um Kaufsignale zu erkennen
- Einwände der KundInnen für den Verkaufsabschluss nutzen.

Teil 8: Zusatzverkauf

- Jedem/r KundIn ein Zusatzprodukt anbieten
- „Offene Fragen“ für Zusatzverkäufe nutzen
- Die Kwizda Kundenmerkblätter & Vorsorgetipps sind ohne Produktennung 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