

## Apothekenmarketing

# Service – gezielt und professionell

**Bei der Erbringung von Serviceleistungen spielt die Konsistenz eine wichtige Rolle.**

**D**ie Konsistenz der Serviceleistungen ist ein entscheidender Erfolgsfaktor. Auch ein gelungener Start in die Servicebeziehung oder herausragende Elemente können durch inkonsistentes Verhalten der Mitarbeiter oder Brüche im Prozess entwertet werden.

Es gibt mehrere Phasen im Serviceprozess: In der Angebotsphase werden Erwartungen abgeglichen, die Leistungen definiert und somit die Grundlage für den weiteren Prozess gelegt. In der Erfüllungsphase muss das Unternehmen Apotheke zeigen, dass es zu seinem Service-Versprechen steht und dies auch leisten kann. In der Verstärkungsphase – diese Phase kommt oft zu kurz! – wird den Kunden bewusst gemacht, was tatsächlich geleistet wurde.

Übergreifend zu diesen Phasen erfolgt der Management-Prozess und sorgt für Konsistenz zwischen den einzelnen Elementen sowie für die permanente Adjustierung des Angebots an Kunden- und Markterfordernisse (siehe Kasten).

### Beschwerdemanagement ist unverzichtbar

Moderne Kunden legen Wert auf eine rasche, freundliche und kompetente Erfüllung ihrer Anliegen. Sie urteilen schnell: Ein kurzes Telefonat oder eine unerledigte E-Mail kann ihre Meinung über das gesamte Unternehmen nachhaltig beeinflussen. Daher ist ein systematisches Beschwerdemanagement für den Erhalt guter Kundenbeziehungen unverzichtbar. Dabei sind jene Unternehmen im Vorteil, die in der Regel nicht auf automatisierte Systeme zurückgreifen. So fühlen sich die Kunden persönlicher betreut, und ihre Bedürfnisse können direkt erkannt und berücksichtigt werden.

Im Grunde ist es für eine Apotheke einfach, Kunden zufrieden zu stellen, indem sie deren Anliegen antizipiert und in passende (Service-)Lösungen überträgt:

- **Übersichtlichkeit:** klare Orientierungsmöglichkeit im Leistungsangebot
- **Verbindlichkeit:** freundliche, persönliche und umgehende Kommunikation
- **Verlässlichkeit:** in jeglicher Hinsicht
- **Information:** umfassende, präzise Beratung
- **Hilfsbereitschaft:** Berücksichtigung individueller Kundenwünsche

Viktoria Hausegger, Inhaberin Agentur  
mehr.wert. für ärzte und apotheker –  
marketing, das gezielt bewegt  
www.mehrwertmarketing.at  
office@mehrwertmarketing.at  
0664/460 16 35



- **Erreichbarkeit:** mehrfache Kommunikationskanäle zur Wahl und zuverlässige Rückmeldungen

Wenn alles von vorneherein übersichtlich kommuniziert wird und Kunden über den laufenden Stand der Leistungen jederzeit informiert sind, entstehen keine unnötigen Fragen. Die Abwicklung wird beschleunigt, und die Kundenzufriedenheit steigt.

### Die Phasen im Serviceprozess

#### Angebotsphase

- Kundensegmentierung in Bezug auf Präferenzen für Serviceleistung durch Nutzung von externen Daten oder der Kundenhistorie.

#### Erfüllungsphase

- Einhalten des Versprechens: weder „unterleisten“ noch systematisch „überleisten“.
- Korrektes Auftreten und Verhalten

#### Verstärkungsphase

- Feed-back des Kunden systematisch einholen, als Grundlage für eine Verbesserung der Leistung.
- Leistungsnachweis über die Verrechnung der eigentlichen Leistung hinaus; z. B. Nachweis einer zusätzlichen Beratung.

#### Management-Prozess

- Komplexitätsreduktion: Nur ein Dienstleister, der die Bedürfnisse des Kunden versteht, kann fokussieren.
- Feed-back aus dem Erfüllungsprozess und jeglicher Kundeninteraktion in das „Unternehmen Apotheke“ einfließen lassen, um die eigenen Leistungen kontinuierlich anzupassen.