

Erfolg

Apothekenmarketing

Erfolg des Ungewöhnlichen

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



Um sich einen Wettbewerbsvorteil zu sichern, kann es sich auch für Apotheken lohnen, neue, ungewohnte Wege zu beschreiten.

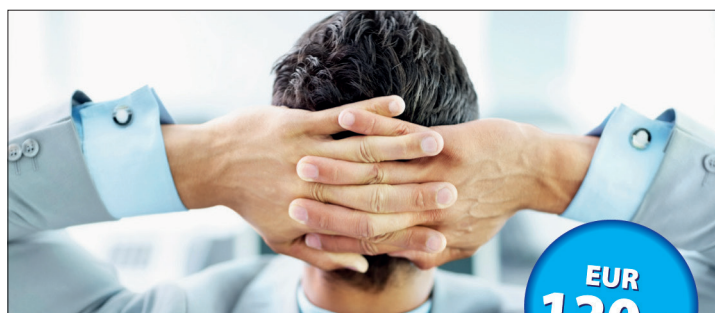
Apotheken stehen wie die meisten Unternehmen heute vor der Frage: „Haben wir wesentliche Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz?“ Denn Wettbewerbsvorteile sind die Voraussetzung, um den Wert eines Unternehmens nachhaltig zu steigern: Sie erhöhen den Ertrag, minimieren die vielfältigen Risiken und geben die Möglichkeit, auch in schwierigen Situationen erfolgreich zu sein. Das Problem der Gesundheitsbranche ist allerdings das vieler Branchen: Es gibt eine Fülle ähnlicher Unternehmen, die ähnlich ausgebildete Mitarbeiter beschäftigen und ähnliche Leistungen in ähnlicher Qualität zu einem ähnlichen Preis anbieten – und es werden immer mehr.

Regelbruch als strategisches Konzept

Ein mögliches Rezept für den strategischen Erfolg einer Apotheke besteht darin, sich aus dem „Einheitsbrei“ abzuheben, gewohnte Verhaltensmuster und Vorgehensweisen der Branche bewusst zu durchbrechen. Ziel einer jeden Strategie ist es, sich auf der produktbezogenen, produktbegleitenden und der emotionalen Ebene von den Mitbewerbern zu differenzieren und dem Kunden möglichst nachhaltige Vorteile zu bieten: Regelbruch als strategische Methode zeigte damit vielen Unternehmen in stagnierenden und gesättigten Märkten einen Ausweg aus ihrer Austauschbarkeitsfalle. Oft sind es gerade inhabergeführte Unternehmen – und nicht die großen Konzerne –, die echte Regelbrüche zustande bringen. Gefährlich hingegen ist bei Familienunternehmen mit langer Tradition und großem Gesellschafterkreis die strategische Starre, die Innovationen verhindert. Bei Apotheken, bei denen die Seriosität einen extrem hohen Wert in der Kundenbeziehung darstellt, muss dieser Bruch allerdings wohlgedacht und genau geplant werden, um ebendiesen Wert nicht zu gefährden.

Eine Frage der Kreativität

Es gibt verschiedene Kategorien von Regelbrüchen, die zu neuen Geschäftsmodellen führen (siehe Kasten): Prinzipiell führen drei Wege zu einem radikalen Regelbruch: Unternehmen können etwas Neues kreieren, ihr bestehendes Geschäftsmodell reduzieren oder etwas hinzufügen. Hier ist Phantasie und Kreativität gefragt: Möglichkeiten gibt es genug – man muss nur wollen und manchmal auch das „Udenkbare“ denken und zulassen. ■



B|SMART. Kontopakete
Die clevere Lösung für Sie und Ihre Apotheke.

Das **B-SMART.** Kontopakete bietet Ihnen ein umfangreiches Bündel an Produkt- und Serviceleistungen für Ihr Geschäfts- und Privatleben. Unser Angebot umfasst ein günstiges Kontopakete mit hochwertigen Leistungen zum kleinen Preis – **optimal für Ihre geschäftlichen und privaten Geldangelegenheiten.**

Fragen Sie bei Ihrem Kundenberater nach!



Österreichische Apothekerbank

Kompetenz schafft Vertrauen.

Die hier dargestellten Angaben dienen ausschließlich der unverbindlichen Information und ersetzen nicht eine, insbesondere nach rechtlichen, steuerlichen und produktspezifischen Gesichtspunkten notwendige individuelle Beratung. Die Information stellt weder ein Angebot, noch eine Einladung oder Empfehlung zum Kauf oder Verkauf von Finanzinstrumenten dar und dient insbesondere nicht als Ersatz für eine umfassende Risikoauflärung. Die jeweils gültigen Emissionsbedingungen und weitere Informationen finden Sie unter www.apobank.at. Die Österreichische Apothekerbank eG übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Aktualität oder Genauigkeit der darin enthaltenen Informationen. Druckfehler sind vorbehalten.

Stand 10/2013