

ApoCoach®

Apothekenberatung – wir haben Sie und Ihr Team im Visier

VON INES SCHULZE-SCHLÜTER

„Wer nicht immer besser wird, hört auf, gut zu sein!“
Wie das geht? – Das Team von ApoCoach zeigt es Ihnen!

Apotheken-Beratungsgesellschaften – viele Vorurteile und doch hilfreich und notwendig! – Hier unsere Argumente:

Der Markt fordert Sie:

Die Zeiten werden nicht rosiger – weder gesamtwirtschaftlich noch auf dem Apothekenmarkt.

Seit Juli dieses Jahres sieht es durch die erhöhten Zuzahlungen vielfach noch düsterer aus. Vielleicht ist die derzeitige Entwicklung auch an Ihrer Apotheke nicht spurlos vorbeigegangen.

- Sie überlegen jetzt, was am besten zu tun ist.
- Sie wollen aktiv agieren und mehr aus Ihrem bisherigen Erfolg machen.
- Sie fragen sich, wie Sie die individuelle Leistung Ihrer Apotheke sichtbar machen und ihr zu einem unverwechselbaren Image verhelfen können.

Die Idee, Unterstützung durch eine (möglicherweise auch apothekenspezifische) Unternehmensberatung in Anspruch zu nehmen, ist da, wird aber häu-

fig wieder verworfen ... Vorbehalte und auch Vorurteile gibt's reichlich – wir halten dagegen:

Vorurteil Nr. 1:

„... so ein zweifelhafter Ruf!“

Wie in jeder Branche gibt es natürlich auch hier die sogenannten „schwarzen Schafe“. Zudem ist die Berufsbezeichnung des Unternehmensberaters nicht rechtlich geschützt.

Genau deswegen legen wir soviel Wert darauf, daß für ApoCoach nur Berater zum Zuge kommen, die nach ihrer Einarbeitungszeit eine Registrierung und Anerkennung bei verschiedenen Förderstellen – die unsere Beratungen dann auch fördern – erhalten haben.

Das Leistungsspektrum der ApoCoach ist Ihnen – sei es durch Ihren Verkaufsberater der ANZAG, durch unsere Artikel hier in diesem Magazin oder durch die direkte Zusammenarbeit mit uns – sicher bereits bekannt. Trotzdem sei an dieser Stelle noch einmal betont,



Das ApoCoach-Team (v. l.): Dipl.-Kaufmann Stefan Lange, Dipl.-Betriebswirtin Ines Schulze-Schlüter und Apothekerin/Betriebswirtin Nicola Laue.

daß alle Berater der ApoCoach eine fundierte betriebswirtschaftliche Ausbildung und langjährige Praxiserfahrung (zum Teil als Apotheker) besitzen: Aus Studium, Erfahrung sowie der Spezialisierung auf den Apothekenbereich ergibt sich ein umfassendes Fachwissen.

Vorbehalt Nr. 2:

„... das weiß ich doch eh' besser selber“

Sie stehen Tag für Tag in der Apotheke und wissen daher selber, was für diese am besten ist? Vielleicht erkennen Sie auch selber schon diverse Schwachstellen und sind überzeugt, diese selber in den Griff zu bekommen? Gut, doch bedenken Sie dabei: Für Sie als ApothekerIn kommen in der Ausbildung und im täglichen Arbeitsalltag kaufmännische Zusammenhänge häufig zu kurz. Eine Lücke, die BeraterInnen mit oben genannter Ausbildung zu schließen vermögen.

Aus der mehrjährigen Erfahrung und der Spezialisierung auf den Apothekenbereich ergibt sich ein Fachwissen, das

auch versierte ApothekerInnen zu beeindrucken vermag. Dazu kommt, daß es – bei allem Know-how Ihrerseits – Sinn macht, den eigenen Betrieb von kritischen Augen und von außen begutachten zu lassen; die gefürchtete Betriebsblindheit macht auch vor ApothekerInnen nicht halt.

Vorurteil Nr. 3:

„... kaum sind Sie da, sind sie auch schon wieder weg“

Den Vorwurf des „Management by helicopter“ (sprich: Sachlage von oben betrachten – landen – Staub aufwirbeln – wegdüsen) können wir durch Nachbetreuung, wenn der eigentliche Auftrag abgeschlossen ist, entkräften. Vielfach ergibt sich auch aus dem ersten Beratungsinhalt, z. B. einer Standort-Analyse, die zeigte, daß am Standort mehr Umsatzpotential erreichbar als realisiert ist, noch eine Verkaufsschulung und somit mehrere Kontakte innerhalb eines halben oder ganzen Jahres. Nach jeder Beratung mit der Ergebnis-Präsentation vor Ort wird ein Bericht erstellt, dessen Angebot, für Rückfragen gern zur Verfügung zu stehen, vielfach vom Apotheker in Anspruch genommen wird. Sollten wir von dieser Seite in den darauffolgenden Wochen nichts hören, erfolgt unsererseits ein telefonisches Nachfassen; sei es, um zu erfahren, was von dem vorgeschlagenen Maßnahmenkatalog bereits umgesetzt wurde oder ob und wo noch Schwierigkeiten oder weiterer Beratungsbedarf bestehen. Auch ein permanentes Coaching z. B. mit einer Verkaufsschulung und halbjährlichen Aufbauschulungen oder jährlich durchgeführte Image- und Kundenzufriedenheits-Analysen mit genauem Aufzeigen der Veränderungen sind denkbar. Einige Apotheken werden von ApoCoach auf diese Weise bereits seit längerem betreut.