

1. VERKAUFEN

- **Wir verkaufen Schönes und Heilendes**
- **Wir verkaufen Wissen**
- **Wir verkaufen Nähe und Vertrauen**
- **Wir sind uns manchmal bekannt, manchmal fremd**
- **Wir sind am Heimatort oder im Urlaub**

PKA beraten und verkaufen freiverkäufliche Arzneimittel, Kosmetika und das große, sehr vielfältige Freiwahlsortiment. Es ist eine große Aufgabe für uns alle, diese vielfältigen Sortimente zu kennen und zu beraten.

Und nicht jeder im Apothekenteam kann alles!!

In einer Apotheke arbeiten verschiedene Berufsgruppen miteinander:

Pharmazeutisches- und nicht-pharmazeutisches Personal

Alle diese Berufsgruppen sind wichtig für einen erfolgreichen Ablauf / Alltag in einer Apotheke.

Besonders, wenn sie gut verzahnt, miteinander arbeiten und sich in ihren Arbeitsfeldern ergänzen.

2. Verkaufen ist Kommunikation.

Kommunikation als Austausch von Botschaften.

Kommunikation als Gespräch.

Ein Gespräch sollte beiden Seiten ein kurzes Gefühl der Nähe geben, beide Gesprächspartner sollten es als angenehm empfinden.

Und deshalb sollte auch das Ziel sein, dass der Kunde und sie!! mit einem positiven Gefühl aus der Apotheke geht!

- **Ein gutes Gespräch:**
- **stellt Nähe her und sachliche Distanz**
- **stellt die richtigen Fragen zur richtigen Zeit**
- **führt den Kunden zum Ziel**
- **gibt dem Kunden ein gutes Gefühl**

Das unterscheidet uns deutlich von Online-Shops und großen Drogeriemärkten.

3. Aufbau: Verkaufsgespräch

1. **Begrüßung (siehe Beispiel A)**
2. Achten sie auf die Botschaft, die bei ihrem Kunden ankommt! Hat er sie verstanden? Können sie ausgleichen, wenn er sie missverstanden hat?
3. **Fragetechnik: Stellen sie bewusst offene und geschlossene Fragen. So können sie das Gespräch in ihrem Sinne lenken. (siehe Beispiel B)**
4. Stellen sie den Nutzen für den Kunden in den Mittelpunkt des Gesprächs. Das ist dann auch für die Preisnennung/Preisargumentation wichtig. Wenn sie das gut machen, ist eine solche manchmal gar nicht mehr problematisch
5. Formulieren sie positiv
6. **Evtl.: Abgabe des Kunden an eine pharmazeutische Kollegin oder Kollegen, weil der Kunde ein weiteres Produkt aus dem apothekenpflichtigen Sortiment möchte. (siehe Beispiel C)**
7. Abschluss/Verabschiedung

A. Begrüßung: = erster Eindruck (keine zweite Chance)

- *Offenheit, Zugewandtheit und Freundlichkeit und Blickkontakt sind die absoluten Voraussetzungen! Das muss immer sein, egal welches Gespräch sie dann annehmen.*
 - *Offener Blick, zugewandte Körperhaltung*
 - *Freundliche Ansprache (Name?)*
 - *Blickkontakt zur Tür, auch wenn man noch einen Kunden bedient*
 - *Körpersprache, Lächeln*
- ➔ Brücke zum Kunden, strahlt Sicherheit aus, schafft eine Vertrauensbasis
- ➔ Körperhaltung, Blickkontakt, Stimme, Mimik (Lächeln)

B. Fragetechnik: Was sind offene und geschlossene Fragen

- Offene Fragen sind sogenannte W-Fragen:
 - **Was kann ich noch für sie tun?**
 - **Wie kann ich ihnen (noch) weiterhelfen?**
 - **Welche Art von Reinigung benutzen sie für ihr Gesicht?**
- ➔ *Alle diese Frage müssen mit einem kurzen oder längeren Satz beantwortet werden*
- ➔ *Dadurch wird das Beratungsgespräch „befeuert“ und sie bekommen Informationen*

- Geschlossene Fragen werden dagegen immer mit **ja** oder **nein** beantwortet
 - Haben sie noch einen Wunsch?
 - Werden sie schon bedient?
 - Benutzen sie eine Reinigungsmilch? (eher Gesprächskiller)
 - Kennen sie die Reinigungsserie dieser Marke? (kann ein Gesprächsaufhänger sein)
- ➔ Eine geschlossene Frage schließt meistens ein Gespräch (oder eine Gesprächsteil...) ab. Das muss nicht immer negativ sein, meistens führt dies aber unabsichtlich zu einem „abwürgen“ der Beratung. Beispiel Reinigung: Nein.... Dann muss man wieder von vorne anfangen.

C. Abgabe des Verkaufsgesprächs an eine Kollegin oder Kollegen

Das kann in jede Richtung passieren. Von PKA zu Kolleginnen oder von Approbierten/PTA zur PKA (wenn sich z.B. Chef oder Chefin nicht im Kosmetiksortiment auskennt.... Oder nicht kompetent genug eine ältere Kundin zur Pflegeausrüstung beraten kann)

- Bedanken!
- Blickkontakt zur Kollegin/Kollegen aufbauen, mit Körpersprache hinweisen (Arm ausstrecken...), das baut schon eine körperliche Brücke oder eine Blickachse
- Kollegin/Kollegen entsprechend einführen: „für diesen Wunsch hole ich ihnen meine Kollegin/Kollegen, die kann sie hier kompetent weiterberaten. Vielen Dank, ich hoffe sie sind mit dem Produkt zufrieden. Melden sie mir ruhig zurück, was ihnen gefallen oder nicht gefallen hat!“
- Evtl. muss die Kundin oder der Kunde dann auch etwas warten, dass kann dann auch mit den oben genannten Worten überbrückt werden. Wenn die Kundin/der Kunde sich ernst genommen und gut/kompetent beraten fühlt, wartet sie/er auch etwas. Idealerweise braucht man dann nicht unruhig zu werden.
- Wichtig: Sie sollten nicht sagen: „das darf ich ihnen nicht verkaufen...“ solche Sätze würde ich vermeiden. Den Kunden interessiert nur, dass er von allen GLEICH GUT und KOMPETENT beraten wird. Wer welchen Beruf hat, sollte vorne im HV egal sein.

4. Abschlussbetrachtungen

Ein **gutes Kundengespräch** ist auf der einen Seite nicht viel anders als viele andere -private- Gespräche auch. Doch sie unterscheiden sich von alltäglichen Unterhaltungen in der Weise, dass sie meist:

- **Zeitlich begrenzt**
- **Zweckgebunden**
- **Und zielgerichtet sind**

Der Kunde kommt in die Apotheke mit einem konkreten Wunsch:

- **Etwas zu kaufen**
- **Beraten zu werden**

Lassen sie in ihrem Alltag mal ein paar Verkaufsgespräche im Nachhinein Revue passieren.

- Wie bin ich bei meinem Gesprächspartner angekommen?
- Hat meine Ausstrahlung, Mimik und Gestik gestimmt?
- Habe ich die richtigen Fragen gestellt?
- Ist das Beratungsgespräch in meinem Sinne und für den Kunden gut verlaufen?
- Hatten wir beide ein positives Gefühl?

- **Selbstbewusstsein**
- **Empathie und**
- **Sachkenntnis unserer Produkte sind die Grundvoraussetzungen für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch!**