

Louis Widmer prämiert Apotheken für Best-Practice-Aktionen
Apotheken positionieren sich mit gelungenen Aktionen als Haut-Fachapotheke

Der Schweizer Hautspezialist Louis Widmer hatte Ende letzten Jahres einen Best-Practice-Wettbewerb für Apotheken zum Thema „Die Haut“ ausgeschrieben. Bei dieser Aktion konnten Apotheken über Ihre Erfahrungen und Erfolge bei der Positionierung in der Öffentlichkeit als „Haut-Fachapotheke“ berichten und attraktive Preise gewinnen.

Andere Wirtschaftszweige haben es vorgemacht: Das eigenständige und unverwechselbare Profil eines Unternehmens ist der Schlüssel zum Erfolg. Wer im Markt wahrgenommen werden will, muss sich von anderen unterscheiden und sich konsequent auf ein bestimmtes Thema konzentrieren – so das Erfolgsrezept.

„Wir wollten die Apotheken ermutigen sich selbst besser ins Gespräch zu bringen und ihr Profil zu schärfen. Die Qualifizierung zur Haut-Fachapotheke ist dazu die richtige Strategie“, sagt Annemarie Widmer, Marketingleiterin von Louis Widmer SA.

Zur Unterstützung erhielten die Teilnehmer im Vorfeld kostenloses Material: Handouts und Checklisten für den Umgang mit der Presse, vorbereitete Presstexte und Beratungs-Knowhow. Eine unabhängige Jury hat nun die eingereichten Aktionen bewertet und die Sieger gekürt:

3. Platz geht nach Kassel an die Einhorn-Apotheke

Den dritten Platz belegt die Einhorn-Apotheke in Kassel. Die älteste heute noch bestehende Apotheke in Kassel wurde 1680 gegründet und ist seit 1888 im Besitz der Familie Hellwig. Anlässlich des 325-jährigen Bestehens hat das Team um Eva Schmidt-Hellwig eine Aktionswoche veranstaltet, bei der auch das Thema Haut präsentiert wurde. Mit Unterstützung des Louis-Widmer Außendienstmitarbeiters stand der Aktionstag unter dem Motto: „Die richtige Pflege bei problematischer Haut“. Solche Aktionen seien für ihre Kundenbindung und Kundenneugewinnung unheimlich wichtig, so die Apothekeninhaberin. Deshalb nahm Schmidt-Hellwig das Angebot von Louis Widmer gerne an und hat die Hautpflegeberatung in ihre Aktionswoche erfolgreich integriert: Die Resonanz hat alle Beteiligten überzeugt und eine Wiederholung ist bereits geplant.

2. Platz für die Hof-Apotheke in Bad Arolsen

Das Apothekenteam um Jürgen Liebach in der Bad Arolsener Hof-Apotheke hatte sich am 6. Dezember (Nikolaustag) etwas ganz besonderes einfallen lassen. An diesem Tag hat der zuständige Louis Widmer Außendienstmitarbeiter Hautanalysen und Hautberatungen durchgeführt. Darüber hinaus wurde noch ein Geschenk-Verpackungsservice für Louis Widmer Produkte angeboten. Um eine stimmungsvolle Atmosphäre zu erzeugen, hatten die Apothekenmitarbeiter den Aktionsraum entsprechend der Jahreszeit liebevoll geschmückt. Außerdem wurde für die Kunden ein kleiner Imbiss bereitgehalten. Abgerundet wurde das Programm mit einer Spendenaktion zu Gunsten von UNICEF und einer Verlosungsaktion bei der Louis Widmer Produkte gewonnen werden konnten. Das Ergebnis war dann auch für alle Beteiligten durchweg positiv und eine vergleichbare Aktion wird mit Sicherheit bald wiederholt werden. Für die Hof-Apotheke sind solche Kundenbindungsaktionen wichtige Bausteine zur Positionierung als Haut-Fachapotheke: „Bei der Einladung haben wir hauptsächlich auf die individuelle Ansprache gesetzt und gezielt Kunden angesprochen, die Hautprobleme haben oder sich für Kosmetik interessieren, erklärt Andrea Hupfeld, PtA, als Vertreterin des Apothekenteams.

Sieger ist die Apotheke am Niederort von Dr. Margot Eilers-Dreßler in Greven

Als Sieger des Best-Practice-Wettbewerbs wurde die Apotheke am Niederort in Greven gekürt. Dort positioniert Frau Dr. Margot Eilers-Dreßler ihre Apotheke als ganzheitliches Gesundheits- und Wellnesszentrum. In naher Zukunft bietet sie sogar einen Fitnessbereich für Senioren mit direkter Anbindung an die Apotheke an. Der Gesundheitsmarkt für Senioren ist für die Apothekerin ohnehin der Markt der Zukunft.

Doch die Kernkompetenz der zertifizierten Apotheke liegt weiterhin beim Thema Haut. Um den Bekanntheitsgrad als Haut-Fachapotheke weiter zu steigern, hat Eilers-Dreßler in Sachen Werbung und Öffentlichkeitsarbeit einiges unternommen. „Das unterstützende Material von Louis Widmer wurde in einer Beilage der Apothekenumschau verwendet“, sagt die Apothekerin. „Darüber hinaus haben wir unter anderem einen Zeitungsartikel lanciert, Kundenmailings verschickt und Kundenaktionen vor Ort durchgeführt.“ Ein besonders bemerkenswertes Marketing-Tool ist ein TV-Werbefilm über die Apotheke am Niederort, der drei Mal täglich im Infokanal des Grevener Krankenhauses gezeigt wird.

Die erzielten Erfolge sind für Eilers-Dreßler aber kein Grund zum Rasten, sondern Ansporn für die Zukunft. Ein Kosmetikstudio ist in Planung, dann sollen auch zwei Mitarbeiterinnen eine Ausbildung zur Dermo-Kosmetikerin durchlaufen. Außerdem wird in

der Offizin der Bereich „Ästhetische Kosmetik“ erweitert. Dort wird auch Louis Widmer mit seiner umfangreichen Produktpalette vertreten sein.

(4.969 Zeichen)

Pressekontakt:

WEFRA PR
Gesellschaft für Public Relations mbH
Ulrich Erler
Mitteldicker Weg 1
63263 Neu-Isenburg (Zeppelinheim)
Telefon: 069/69 50 08 - 48
Fax: 069/69 50 08 - 71
E-Mail: ue@wefra.de
Internet: www.wefra.de

Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.