



Insights aus der Apotheke

Was wird vom Außendienstgespräch erwartet?

Wir bei LeFee haben für uns und unsere Kunden immer ein Ohr am Markt. Für die aktuelle Ausgabe der LeFee-Healthcare-Facts haben wir einen Blick in mehrere Apotheken geworfen. Wir haben die Experten hinter der Verkaufstheke befragt, wie sie Außendienstgespräche wahrnehmen und was sie sich vom Außendiensttermin erhoffen.¹

Unsere Ergebnisse

Man nimmt sich Zeit für Informationen

Alle befragten Apotheken gaben eine ähnliche Gesprächsdauer an. Im Durchschnitt dauert ein Gespräch mit dem Außendienst 11-28 Minuten, sofern es die tägliche Kundschaft zulässt. Im Gespräch zählen kurze, prägnante Informationen, die vermittelt werden. Für langes Auseinandersetzen bleibt eher wenig Zeit.



Gesprächsführung: Klassiker um digitale Tools erweitert

Überraschend ist, dass die klassische Gesprächsführung in der Apotheke immer noch von Printunterlagen, wie z.B. Schulungsaufstellern, Salesblättern und Bestellformularen, dominiert wird. Diese Tools werden von der Zielgruppe als praktisch empfunden. Doch mittlerweile zählen auch Tablets zu den täglichen Begleitern des Außendienstes. Diese nehmen eine unterstützende, aber noch keine gesprächsleitende Funktion ein. Tablets werden für weiterführende, detaillierte Erklärungen eingesetzt, wenn es u.a. darum geht, Wirkmechanismen anschaulich darzustellen.



Positives oder Negatives: Was bleibt hängen?

Bei jedem Kommunikationsinstrument, auch beim Außendienstgespräch, kommt es auf die Aufmerksamkeit der Zielgruppe an. Folgendes bleibt in den Köpfen der Apotheker/PTA hängen:



Positiv:

- Videos zu produktspezifischen Wirkmechanismen und Applikationsmöglichkeiten
- Broschüren / Flyer zum Nachschlagen

Negativ:

- Online-Portale mit Anmeldeprozess sind umständlich
- Reduktion von Give-aways und Produktproben



Abgabeartikel: Bedarf bleibt vorhanden

Besprochene Informationen werden bevorzugt in Printform entgegengenommen. Give-aways und Testproben von neuen Produkten werden ebenfalls gerne angenommen und verwendet. Des Weiteren ist eine aufmerksamkeitsstarke und attraktive Schaufensterdekoration ein Muss.



Weitere Insights

Abseits unserer Fragen haben wir weitere Insights erhalten:

- Allgemein werden Präsenzveranstaltungen gegenüber Online-Fortbildungen präferiert.
- Online-Fortbildungen werden für umsatzstarke Produkte gerne genutzt.
- Tablets werden vom Außendienst nur unterstützend angewendet und definieren nicht die Gesprächsführung.



Unser Fazit

Apotheken setzen weiterhin auf klassische Informationsinstrumente wie Printmaterialien. Unterstützend werden Tablets mittlerweile fast von jedem Außendienstler im Apothekengespräch eingesetzt. Auffällig ist außerdem der Wunsch nach kurzen, anschaulichen Informationen.

Die Wahl des richtigen Tools für ein erfolgreiches Außendienstgespräch hängt vor allem vom Produkt ab. Gerne stehen wir Ihnen hier beratend zur Seite.

Kontaktieren Sie uns gerne:

LeFee Werbeagentur GmbH
Feldstraße 66
20359 Hamburg

040 414 59 29 0
gesundheit@lefee.de
www.lefee.de
Besuchen Sie uns auch auf Facebook: www.facebook.de/lefee.de

