

1. Teil: Gesprächseinstieg und Bedarfsanalyse

Die Schritt-für-Schritt-Anleitung für mehr Beratungskompetenz

Wer gern und gut Kuchen backt, hat immer Interesse an neuen Rezepten. Besondere Zutaten oder ein raffinierter Guss reizen auch den erfahrenen Bäcker zum Ausprobieren. Mit einer Schritt-für-Schritt-Anleitung gelingen auch komplizierte Rezepte. Eine solche Anleitung möchte ich Ihnen für das gelungene Beratungsgespräch geben. Unsere Kunden sollen gut beraten, richtig versorgt und zufrieden die Apotheke verlassen.

Der Einstieg ins Gespräch

Der Gesprächseinstieg ist eher eine leichte Übung. Der Kunde betritt die Apotheke mit einem Wunsch oder mit einem Anliegen. Ganz wichtig ist es, zügig beim Kunden zu sein. Schnelligkeit ist ein Ausdruck unseres Engagements. Es wirkt hilfsbereit und aktiv, wenn Sie zügig auf den Kunden zugehen, sobald er die Apotheke betritt. Schlendern Sie dem Kunden eher gemächlich entgegen, erweckt das den Eindruck, dass er Ihnen nicht so wichtig ist oder Sie unmotiviert sind. Haben Sie gerade eine Aufgabe zu beenden, sagen Sie Ihrem Kunden: »Meine Kollegin ist sofort bei Ihnen« oder: »Ich bin sofort für Sie da.«

Die Körpersprache ist für den Kunden in diesem ersten Moment wesentlich aussagekräftiger als unsere verbale Kommunikation. Eine offene und aufrechte Körperhaltung lässt uns kompetent und sym-

pathisch erscheinen. In vielen Apotheken ist eine Mitarbeiterin ständig vorne eingeteilt, um auf eintretende Kunden sofort reagieren zu können. Das kommt sehr gut an. Sofern niemand zu bedienen ist, prüft diese Mitarbeiterin zum Beispiel Rezepte oder bearbeitet Rückrufe.

Den Kunden beim Namen zu nennen ist die Königsdisziplin. Er fühlt sich geehrt und sicher aufgehoben. Es lohnt wirklich die Mühe, sich die Namen der Stammkunden einzuprägen.

Unverzichtbar ist Ihr Lächeln. Ein Lächeln sagt mehr als tausend Worte und ist eines der stärksten non-verbalen Signale. Aus eigener Erfahrung wissen Sie, wie oft es in Geschäften für den Kunden kein Lächeln gibt. Ihr Lächeln ist für die Apotheke eine große Chance. Viele Kunden kommen, weil Sie krank sind – umso wichtiger ist da Ihre Freundlichkeit.

Die Bedarfsanalyse

Die Bedarfsanalyse ist der wichtigste Teil im Beratungsgespräch und erfordert die größte Fachkompetenz. Ich unterscheide vier verschiedene Kundenvorgaben.

1. Der Kunde nennt ein Problem und erwartet eine Lösung: »Ich brauche ein Arzneimittel gegen Halsschmerzen.«
2. Der Kunde kommt mit einem Produktwunsch: »Ich möchte Bronchicum® Hustensaft.«

3. Der Kunde kommt mit einem grünen Rezept vom Arzt: »Ich möchte gern das Rezept einlösen.«

4. Der Kunde kommt mit rosa Rezept vom Arzt: »Ich möchte dieses Medikament.«

Generell gibt es drei bis vier Basisfragen, die wir immer stellen sollten, die auch bei jeder Indikation passen:

- Für wen ist das Arzneimittel? (Ist es für Sie selbst?)
- Seit wann liegen die Beschwerden vor?
- Was haben Sie schon unternommen? (Arztbesuch? Medikament eingenommen?)
- Nehmen Sie regelmäßig Medikamente ein? (Welche? Achtung: Kontraindikationen)

Je nach Indikation kommt noch die eine oder andere Frage dazu:

- Halsschmerzen: Sind Schluckbeschwerden dabei?
- Husten: Welche Art von



DIE AUTORIN:

Stefie Rapp
SR-COACHING
Lindenstrasse 33
88441 Mittelbiberach
Tel.: 07351 577770
Fax: 07351 505518
rapp@sr-coaching.com
www.sr-coaching.com

- Husten?
- Durchfall: Wie häufig, wie schlimm?
- Venenschwäche: Sind Sie erblich vorbelastet?
- Kopfschmerz: Sind Begleitsymptome dabei?
- Sportverletzung: Wie schlimm?

Zurück zur Kundenvorgabe 1: Er möchte eine Arznei gegen Halsschmerzen (Beratungswunsch). Auch hier sind die Basisfragen relevant:

- »Ist das Medikament für Sie selbst?«
- »Seit wann haben Sie die Halsschmerzen?«
- »Wie schlimm sind sie?«

- »Haben Sie schon was dagegen unternommen?«
- »Nehmen Sie regelmäßig Medikamente ein?«

Nach Klärung dieser Fragen wissen Sie, welches Arzneimittel das Beste gegen diese Beschwerden ist.

Aber: Laufen Sie bitte noch nicht los, um das Präparat zu holen. Denn jetzt ist der Moment, den ergänzenden Therapiebedarf durch gezielte »Zusatzfragen« zu ermitteln. Diese indikationsspezifischen »Zusatzfragen« erläutere ich im zweiten Teil unserer Serie. ■

Das ABC der Kundenansprache

In einer dreiteiligen Artikelserie beschreibt unsere Fachautorin das optimale Kundengespräch. Dabei wird der Verlauf der Kommunikation in seine Bestandteile zerlegt, um die Gesprächsprozesse sichtbar zu machen.

1. Teil: Gesprächseinstieg und Bedarfsanalyse
2. Teil: Therapieergänzung und Empfehlung
3. Teil: Nutzenargumente und Gesprächsabschluss