

2. Teil: Therapieergänzung und Empfehlung

Die Schritt-für-Schritt-Anleitung für mehr Beratungskompetenz

Um den Gesprächseinstieg und die Bedarfsanalyse ging es im ersten Teil unserer Serie. Im zweiten Teil möchte ich das Thema Therapieergänzung und Empfehlung auffrischen. Wir sind an dem Punkt im Kundengespräch, an dem Sie den Bedarf des Kunden geklärt haben. Durch die vier W-Fragen wissen Sie jetzt, was für den Kunden das wichtigste Produkt ist. Jetzt ist der ideale Zeitpunkt um zu klären, ob der Kunde Bedarf an einer Therapieergänzung hat.

Sehr elegant funktioniert das mit einer Frage, bei der für den Kunden nicht zu erkennen ist, was Sie »im Schilde führen«. Mit dieser Zusatzfrage ist die Therapieergänzung eine logische Konsequenz der Beratung. Für jede akute Indikation gibt es mindestens eine passende Zusatzfrage und damit Therapieergänzung.

Beispiele für Zusatzfragen bei ...

- ... **Halsschmerzen:** »Ist es der Beginn einer Erkältung?«
⇒ Abwehrsteigerndes Arzneimittel
- ... **Verschleimtem Husten:** »Wie ist Ihr

- Husten nachts?«
- Hustenstilller
- ... **Lippenherpes:** »Kennen Sie den Auslöser?«
⇒ Abwehrsteigerndes AM oder Sonnenschutz für die Lippen
- ... **Durchfall:** »Wie steht es mit Ihrer Energie?«
⇒ Elektrolyte
- ... **Kopfschmerz:** »Wie häufig treten die Kopfschmerzen auf?«
⇒ Magnesium
- ... **Sportverletzungen:** »Wann müssen Sie wieder fit sein?«
⇒ Innerliche Behandlung
- ... **Sonnenbrand:** »Wie schützen Sie sich vor der Sonne?«
⇒ Sonnenschutz

- ... **Fußpilz:** »Wie heiß können Sie Ihre Strümpfe waschen?«
⇒ Wäschespüler gegen Sporen u. Bakterien

Die Zusatzfrage berechtigt uns zur Therapieergänzung. So wird es ganz leicht dem Kunden zu einem ergänzenden zweiten oder dritten Produkt zu raten.

Auch wenn der Kunde mit einem Produktwunsch, mit einem grünen Rezept, oder mit einem Antibiotikum-Rezept kommt, ist die Zusatzfrage der Weg zur Therapieergänzung. Die W-Fragen ändern sich

etwas, doch auch hier stehen wir in der Beratungspflicht.

1. Frage: »Für wen ist das Rezept oder das Arzneimittel?«

2. Frage: »Darf ich fragen, wofür das Antibiotikum/Arzneimittel eingesetzt wird?«

Beispiel Antibiotikum-Rezept:

Kunde hat es aufgrund einer Bronchitis verordnet bekommen.

Zusatzfrage: »Löst sich Ihr Husten schon?«

⇒ Hustenlöser

Beispiel: Kunde möchte ein Nasenspray

Fragen: Für wen? Gegen welche Beschwerden setzen Sie es ein?

Zusatzfrage: »Sitzt das Sekret schon fest?«

⇒ Sekretolytikum

Erst wenn geklärt ist, ob der Kunde Bedarf an einer Therapieergänzung hat, ist der Zeitpunkt gekommen, die Produkte zu holen. Bitte fragen Sie den Kunden nicht, ob Sie ihm etwas dazu empfehlen dürfen. Ist der Bedarf erkannt, so dürfen Sie dem Kunden eine Therapieergänzung anraten. Es ist zunächst nur ein

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

Vorschlag von Ihrer Seite.

Zeigen Sie dem Kunden alle Produkte, die Sie aufgrund der Zusatzempfehlung verkaufen könnten. Er muss sehen, von welchen Produkten Sie sprechen. Manchmal ist die Packung bekannt, er hat das Produkt schon verwendet oder er kennt es aus der Werbung.

Wenn wir Produkte ansprechen, ohne sie dem Kunden zu zeigen, kauft er das Arzneimittel sehr oft nicht. Häufig erlebe ich, dass Apotheken-Mitarbeiter zum Kunden sagen: »Dazu können Sie gut ein Zink-Produkt verwenden, dann sind Sie schneller wieder gesund.« In dieser Situation denkt der Kunde oft: »Das war ein Tipp«. Manchmal fragt er dann: »Bekomme ich das bei ihnen auch?«

Spätestens dann wissen wir, dass wir etwas versäumt haben!

Die Empfehlungsphase

Sie legen die Arzneimittel vor den Augen des Kunden auf den HV-Tisch und empfehlen diese so eindeutig wie möglich.

Konjunktive und Relativierungen – »würde, möchte, könnte, sollte, vielleicht und eigentlich« – sind in der Empfehlungsphase verboten. Sie verwässern und schmälern unsere Aussage. In einer Aussage wie: »Eigentlich könnten wir XY nehmen« schwingen Zweifel mit. Konjunktive klingen so unsicher, dass der Kunde häufig erst recht nachfragt: »Was könnten Sie mir denn sonst noch empfehlen?«

»Konjunktive sind in der Empfehlungsphase verboten.«

Die beste Formulierung in der Empfehlungsphase ist: »Ich rate Ihnen zu XY« oder »Ich empfehle Ihnen XY«. Das ist klar und eindeutig und lässt wenig Raum für Zweifel. Das gibt dem Kunden Sicherheit, das empfohlene Arzneimittel zu nehmen.

Dosierung nennen

Sehr viel Kompetenz zeigen Sie, wenn die Dosierung des Arzneimittels genannt

wird. Daran erkennt der Kunde, dass Sie sich gut auskennen.

Bei Produkten, die Sie gern empfehlen, kennen Sie die Dosierung. Bei Arzneimitteln, die seltener empfohlen werden, lohnt die Mühe, sich die Dosierung nach und nach anzueignen. Wenn alle Stricke reißen, gibt es immer noch die elegante Lösung, im Computer nachzulesen. Damit signalisieren wir dem Kunden, dass wir, um ganz sicher zu sein, schnell nachschauen. Den Beipackzettel zu entblättern und darin nach der Dosierung zu suchen, provoziert den Kunden manchmal zu Äußerungen wie: »Nachlesen kann ich auch selbst!« ■

Nach der eindeutigen Empfehlung und der Dosierung des Arzneimittels sollte unbedingt der Kundennutzen thematisiert werden. Der Kundennutzen ist so wichtig, dass wir diesem Aspekt den dritten Teil unserer Serie widmen werden.



DIE AUTORIN:

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