

TESTEN SIE SICH SELBST

Verkaufen ist Einstellungssache

Nichts ist beständiger als der Wandel. Doch viele Apotheker verschließen immer noch die Augen und ignorieren das aktive Verkaufen. Dabei gibt es der Markt Tag für Tag vor, dass Apotheken allein mit der Rezeptbelieferung keine Chance mehr haben. In Zukunft werden die ihre Nase vorn haben, die das Geschäft mit den Zusatzverkäufen professionell angehen – und dazu zählt die richtige Einstellung.

Fachwissen allein reicht nicht aus

→ Gesundheitlich unversierte Berufsgruppen machen es Ihnen als medizinisch geschulte Fachkraft vor. Strukturvertriebe oder Multi-Level-Marketing-Firmen bieten hemmungslos und sehr erfolgreich Produkte für ein gesünderes Leben an. Haben Sie diese Produkte mal genauer unter die Lupe genommen? Sie sind oft nicht nur teurer, sondern qualitativ auch schlechter als das, was Apotheken im Angebot haben. Trotzdem feiert diese Vertriebsform Umsatzerfolge, von denen Apotheken nur träumen können. Was macht diese „Typen“ nur so erfolgreich? Natürlich wollen und sollen Sie und Ihre Mitarbeiter in einer Apotheke Ihre Kunden fachmännisch beraten. Doch zu Ihrer Hauptaufgabe zählt es auch, den Kunden dabei zu helfen, sich dauerhaft wohler zu fühlen, gesünder und leistungsfähiger zu sein, um damit die persönlichen Be-

dürfnisse zu befriedigen. Wenn Sie aber Ihren Kunden die Produkte, die Ihre Apotheke noch zu bieten hat, nicht vorstellen, dann haben Sie Ihrem Kunden nicht geholfen, sondern eine Hilfeleistung sogar unterlassen! Ihr Kunde will und braucht Ihr Wissen und Ihre guten Produkte, seit dem GMG mehr denn je. Diese wichtige Lotsenfunktion für den Arzneimittelmarkt und die Randsortimente müssen Sie wahrnehmen und Ihren Kunden aktiv erleben lassen. Genau wie es ein Lotse macht, der den Schiffen den Weg weist und dafür sorgt, dass dieses Schiff im richtigen Fahrwasser fährt, weisen Sie Ihrem Kunden ebenso den Weg und helfen ihm, dass er diesen auch gerne einschlagen will.

Die Einstellung zählt

„Ich kann doch nicht der ärmlich aussehenden Frau mit dem Antibiotikarezept noch ein Vitamin C plus Zink

andrehen?“ „Ich kann doch einem Rentner nicht noch ein hochwertiges Nahrungsergänzungsmittel anbieten?“ Hören Sie Ihre eigenen Worte oder Gedanken heraus? Wie oft haben Sie darauf verzichtet, mögliche zusätzliche Hilfe für mehr Wohlgefühl anzubieten? Ihnen sollte aber klar sein, dass Ihre Apotheke vom Verkauf

In Zukunft werden Apothekenmitarbeiter, auch wenn sie bisher die Notwendigkeit nicht erkannt haben, ihre Produkte aktiver verkaufen müssen. Umsatzerfolge werden aber nur erzielt, wenn sie ihre innere Einstellung mit der Tätigkeit des Verkaufens in Einklang gebracht haben.

der Produkte lebt. Deshalb folgende Fragen an Sie:

- Warum sind Sie nicht stolz darauf, ein fachlich-versierter Verkäufer zu sein?
- Fehlt Ihnen das Zutrauen zu sich selbst?

■ Fehlt Ihnen die Motivation? Maßgeblich für erfolgreiches Verkaufen ist Ihre innere Einstellung zum Verkaufen. Managementtrainer und Psychologen beschreiben sehr häufig die so genannte Selbsterfüllende Prognose. Genau diese beschreibt am besten, was Sie mit einer inneren Einstellung erleben oder aber auch verhindern können. Wenn Sie wollen, dass Sie erfolgreich verkaufen, so ist es wichtig, dass Sie auch von Ihrer Einstellung her glauben, dass dies möglich ist. Sicherlich haben Sie schon mal gedacht, dass sich die ärmlich aussehende Kundin, die gerade vor Ihnen steht, diese schöne Creme, die ihrer Haut noch ein wenig mehr Feuchtigkeit spenden würde und dadurch das Wohlgefühl steigern könnte, nicht leisten kann. Und weil Sie darauf verzichtet haben, es der Frau auch nur anzubieten, haben Sie angenommen, dass die Kundin diese gar nicht haben möchte. Wer hat nun verhindert, dass die Frau sich und ihrer Haut etwas Gutes tut? Sie oder die Kundin?

Prüfen Sie einmal, ob Ihre innere Einstellung/Ihre Persönlichkeit und Ihre



Optimales Verkaufen bedeutet, dem verunsicherten Kunden durch gute Beratung zum Gewünschten auch eine Zusatzempfehlung zu geben. Foto: Bayer

	Alte Einstellung	Neue Einstellung
Beispiel: „Ärmlich“ aussehender Kunde betritt die Apotheke	Der Kunde kann sich das sowieso nicht leisten!	Ich verkaufe aktiv! Ich helfe dem Kunden, sich so gut es geht wohl zu fühlen
Was erreiche ich mit dieser Einstellung?	Ich kann den Kunden schnell bedienen. Ich dränge nichts auf.	Ich finde Wünsche und Bedürfnisse meiner Kunden heraus. Ich erziele viele Verkäufe.
Was geht in dem Kunden vor?	Der Kunde wird bevormundet. Er löst sein Rezept ein, doch die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden bleiben unergründet und unbefriedigt.	Ich Sorge für umfassendes Wohlbefinden und eine bessere Gesundheit des Kunden. Der Kunde kann wählen und seine Bedürfnisse und Wünsche befriedigen.
Welchen tieferen Nutzen habe ich von diesem Verhalten?	Ich habe es bequem und einfach.	Ich kann helfen und mein Fachwissen sinnvoll anwenden. Ich werde von den Kunden geschätzt. Der Kunde soll sich Wohlfühlen.
Welche Kriterien sind für mich an diesem Verhalten wichtig?	Ich will es einfach haben. Ich will unaufdringlich sein.	Ich gebe Hilfestellung. Ich erhalte Wertschätzung.
Wie kann ich den tieferen Nutzen von beiden Einstellungen berücksichtigen?	Ich verkaufe aktiv und achte auf die Signale meines Kunden. Ich lerne Techniken, die mir das Verkaufen einfach und leicht machen.	
Welchen Gewinn erziele ich daraus?	Ich habe es leicht und erhalte Wertschätzung. Ich kann Anderen effizient helfen.	
Welchen Preis bin ich bereit, dafür zu „bezahlen“?	Ich lerne mein Verkaufsverhalten zu verbessern, ich spreche die Kunden aktiv an.	

Selbsttest zur inneren Einstellung		J	N
1.	Mir fällt es leicht zu erkennen, was andere gerne haben.		
2.	Wenn ich auf einer Feier eingeladen bin, bei der ich nur den Gastgeber kenne, gehe ich mit besonderer Freude hin.		
3.	Wenn ich von meinen Freunden etwas will, weiß ich ganz genau wie ich das bekomme.		
4.	Ich erzähle gerne Geschichten.		
5.	Ich halte mich orientierend an Anweisungen.		
6.	Anderen einen Wunsch zu erfüllen macht mir Freude.		
7.	Ich schaue mich in neuen Gebäuden gerne um.		
8.	Im Urlaub bevorzuge ich Ziele, die mir viele Aktivitäten ermöglichen.		
9.	In einer fremden Stadt fällt es mir leicht, mit Fremden in Kontakt zu kommen.		
10.	Wenn ich mir etwas vorgenommen habe, dann erreiche ich das auch meistens.		
11.	Wenn ich mich verfahren habe, so frage ich gerne nach dem Weg.		
12.	Es macht mir Spaß herauszufinden, was anderen Menschen wichtig ist		
13.	Ich schätze grundsätzlich jeden Kunden.		
14.	Ich liebe es, meinen Kunden mein Angebot mit allen Sinnen zu präsentieren.		
15.	Auf mich kann man sich verlassen.		
16.	Meine Kunden erhalten genauso wie gute Freunde weitergehende Tipps von mir.		
17.	Meine Produkte sind mir wichtig.		
18.	Wenn sich die Gelegenheit ergibt, sich etwas zu gönnen, dann tue ich das.		
19.	Ich zeige gerne meine Fachkompetenz.		
20.	Wenn ich mich für einen Weg entschieden habe, gibt es kein rechts oder links.		
21.	Ich bin froh, wenn ich meine Ruhe habe.		
22.	Ich schiebe unangenehme Aufgaben vor mir her.		
23.	Ich habe Angst vor einem Nein.		
24.	Ich bevorzuge Actionfilme gegenüber gefühlsreichen Filmen.		
25.	Verkaufen in der Apotheke ist das Letzte.		

aktuelle Tätigkeit des Verkaufens zueinander passen.

Neues Verhalten installieren

Neben der Fachkompetenz gehört heute auch das Wissen über gewisse Verkaufstechniken zu Ihrem Tätigkeitsbereich. Wie fühlen Sie sich, wenn Sie einen Computer kaufen wollen und wenig Ahnung von Technik haben? Wollen Sie dort auch nur das bekommen, was Sie gerade fordern, oder sind Sie nicht froh, wenn Sie der Verkäufer an der technischen Entwicklung teilhaben lässt? Genauso geht es auch Ihren Kunden. Die meisten haben nur ein recht geringes Fachwissen und holen sich dieses Wissen meist über die Medien. Sind Sie immer noch der Auffassung, dass Ihr Kunde schon selbst sagt, was er braucht?

Nehmen wir noch mal das Beispiel der „ärmlich“ aussehenden Frau. Wie können Sie hier Ihre hemmende Einstellung angehen? Bestimmt wollen Sie dieser Kundin nicht den letzten Groschen aus der Tasche ziehen, aber woher wissen Sie, dass diese Kundin wirklich arm ist? Ein

erster Schritt in die richtige Richtung ist, sich dessen bewusst zu werden, dass meine Einstellung in dieser Situation meinen Verkaufserfolg und das Wohlfühlen des Kunden verhindert. Erst jetzt können Sie ein neues Verhalten, was Sie stattdessen für günstig erachten, installieren. Am besten gehen Sie dazu schrittweise vor. Die Tabellen machen es deutlich!

Da eine Verhaltensänderung Zeit benötigt und oft die Tendenz besteht, dass man „rückfällig“ wird, ist es am einfachsten, wenn Sie sich alles schriftlich bewusst machen und mit sich selbst einen Vertrag schließen. Zusätzlich empfehle ich Ihnen, dass Sie zehn gute Gründe für aktives Verkaufen in Ihrer Apotheke finden und diese an Ihrem Arbeitsplatz aushängen. Dadurch erhalten Sie sofort ein gutes Gefühl, weil Sie wissen, was Sie Ihren Kunden damit alles Gutes tun. Nur Sie müssen es Ihre Kunden erleben lassen, in dem Sie ihnen das an Gesundheit und Wohlbefinden geben, was sie brauchen. ←

Dr. Jürgen Wunderlich,
06774 Rösa,
E-Mail: info@dr-wunderlich-team.de

Testauswertung – Innere Einstellung:

Frage 1-16: jede Ja-Antwort ergibt einen Punkt
Frage 17-25: jede Nein-Antwort ergibt einen Punkt

22 – 25 Punkte: Aus Ihnen wird ein richtiger Spitzenverkäufer
18 – 21 Punkte: Sie sind schon auf einem guten Weg
15 – 17 Punkte: Bleiben Sie unbedingt dran
Weniger als 15 Punkte: Sie haben Verbesserungspotenzial