



Über Fachwissen
Vertrauen in Ihre
Apotheke aufbauen

Mit offenen
Vorträgen erweitern
Sie Ihren Kunden-
stamm

Bindung vorhandener
Kundengruppen

APOTHEKENMARKETING

Vorträge als Marketinginstrument für die Apotheke nutzen

von Dr. Doortje Cramer-Scharnagl, Edeweicht

I Gute Beratung in der Apotheke ist das eine – doch gerade im Online-Zeitalter scheint diese Dienstleistung vor Ort für die Kunden zunehmend verzichtbar zu werden. Daher ist es wichtig, sich ganz bewusst zu profilieren und sich so gezielt von den Wettbewerbern abzusetzen. Eine hervorragende Möglichkeit dazu bieten eigene Vorträge. I

Die eigene Kompetenz sichtbar machen

Indem Sie Ihr Fachwissen an die Zuhörer weitergeben, rücken Sie Ihre Kompetenz ins rechte Licht. Dadurch können auch Menschen, die (noch) nicht zu Ihrem Kundenkreis gehören, Vertrauen in Sie aufbauen. Sie werden sich bei Bedarf eher an Ihre Apotheke wenden oder Sie empfehlen. Je nach dem Rahmen, den Sie für Ihren Vortrag wählen, können Sie ganz unterschiedliche Zielgruppen ansprechen.

Der richtige Vortrag für die richtige Zielgruppe

Erwähnen Sie auf Ihrer Apotheken-Homepage Ihre Tätigkeit als Referent. Listen Sie Ihre aktuellen Vortragsangebote und Schwerpunktthemen auf. Zusätzlich können Sie sich auch themenoffen als Referent anbieten. All das unterstreicht Ihre Fachkompetenz.

Offene Vorträge

Offene Vorträge, z. B. an der Volkshochschule, erreichen allgemein gesundheitsinteressierte Menschen. Unter den Besuchern werden viele Personen sein, die noch nicht zu Ihrem Kundenstamm gehören oder die Ihre Apotheke vielleicht sogar bisher gar nicht kannten. Dies ist der ideale Weg, beispielsweise nach einer Neueröffnung für Bekanntheit zu sorgen. Einen bestehenden Patientenkreis können Sie am ehesten erweitern, wenn Sie für Ihren Vortrag einen Ort im etwas weiteren Einzugsbereich Ihrer Apotheke wählen.

Vorträge für spezielle Patientengruppen

Vorträge in Kooperation mit Institutionen erreichen gezielt bestimmte Patientengruppen. Als Veranstaltungsorte sind z. B. Altenheime, Selbsthilfegruppen oder auch Sportstudios denkbar. Eine Vortragstätigkeit in diesem Rahmen ermöglicht es Ihnen, gezielt den Schwerpunkt Ihrer Apotheke zu kommunizieren, z. B. als Schwerpunktapotheke für Hautgesundheit oder Homöopathie.

Veranstaltungen in der Apotheke

Mit Vorträgen in der eigenen Apotheke – und damit i. d. R. schon aus Platzgründen in kleinem Kreis – binden Sie vor allem vorhandene Kundengruppen. In diesem Rahmen ist es oft sinnvoll, mit Einladungen und/oder Anmeldungen zu arbeiten, damit der Raum nicht aus allen Nähten platzt, wenn Sie auf unerwartet großes Interesse stoßen.

Kriterien für ein spannendes Thema

Bei der Themenwahl bedenken Sie, dass Sie auch in der Lage sein müssen, spontane Zuhörerfragen fundiert zu beantworten. Bonuspunkte bei der Themenwahl sind:

- Aktualität (z. B. Homöopathische Reiseapotheke für den Sommerurlaub)
- Divergenz (z. B. Burn-out – Modediagnose oder echte Krankheit?)
- Allgemeines Interesse (z. B. Gesund und fit das ganze Jahr)
- Spezielles Interesse mit klar definierter Zielgruppe (z. B. Ernährungstipps für Diabetiker)
- Hoher Anwenderbezug (z. B. Kräutertees für die Familie selbst herstellen)

PRAXISTIPP | Auch in Vorträgen muss das Heilmittelwerbe-gesetz (HWG) eingehalten werden. Strikt verboten ist vor Laienpublikum z. B. die Bewerbung verschreibungspflichtiger Medikamente und die Verwendung von Dank- oder Empfehlungsschreiben Dritter. Den Gesetzestext finden Sie unter www.de/s2867.

Logischer Aufbau

Nachdem Sie das Thema festgelegt haben, beantworten Sie folgende Fragen:

- Welche Vorkenntnisse wird Ihre Zielgruppe haben? Welche Fragen könnten aufkommen?
- Wie lang darf der Vortrag dauern? Planen Sie auch Frage- und Diskussionszeit mit ein.
- Welche technischen Hilfsmittel stehen zur Verfügung?
- Gibt es Vorgaben des Veranstalters, die Sie einhalten müssen?

Erst wenn diese Fakten geklärt sind, legen Sie die inhaltlichen Details und deren Abfolge fest.

Einleitung

Bereits anhand der Einleitung werden sich Ihre Zuhörer ein Bild Ihrer Expertise machen. Daher ist besondere Sorgfalt gefragt. Wecken Sie mit der Einleitung Aufmerksamkeit, z. B. durch aktuelle Bezüge, kurze Beispiele oder rhetorische Fragen an die Zuhörerschaft. Anschließend können Sie einen kurzen Überblick über den Aufbau Ihres Vortrags geben.

Hauptteil

Für den Hauptteil wählen Sie die für Ihr Thema und Ihre Zuhörer wesentlichen Aspekte aus. Erläutern Sie grundlegende Begriffe, die vielleicht nicht alle kennen, ggf. vorab. Je nach Thema ist eine gut gegliederte Darstellung von Pro und Kontra angezeigt. Auf keinen Fall sollten Sie thematisch vor- und zurückspringen.

Schluss

Zum Ende des Vortrags knüpfen Sie noch einmal an Ihre Einleitung an und fassen die wichtigsten Themen bzw. Ergebnisse Ihres Vortrags zusammen. Jetzt ist auch der Zeitpunkt für eventuelle Zukunftsausblicke oder Hinweise

Von Aktualität
bis hin zu hohem
Anwenderbezug

Wichtige Fragen

Wecken Sie mit
der Einleitung die
Aufmerksamkeit
Ihrer Zuhörer

Fassen Sie
das Wichtigste
zusammen

Runden Sie Ihren Vortrag ab

auf weiterführende Informationen. Ein gut formulierter Abschlussatz rundet Ihren Vortrag ab. Rhetorisch geeignet sind hier z. B. motivierende Aufforderungen, eine rhetorische Frage oder einfach nur ein Dank fürs Zuhören.

PRAXISTIPP | Halten Sie den Vortrag ein- bis zweimal „zur Probe“ vor einem kritischen, ggf. fachfremden Zuhörer, am besten auf der Basis eines Stichwortkonzepts. Stoppen Sie dabei die Zeit. Ist der Vortrag zu lang, streichen Sie einen oder mehrere Aspekte aus dem Hauptteil.

Stützen Sie guten Inhalt durch eine ansprechende Form der Vermittlung

Grundregeln für gute Präsentationen

Haben Sie auch schon einmal beobachtet, wie ein Referent hektisch eine PowerPoint-Folie nach der anderen durchklickt? Hatten auch Sie Probleme, die gelben Mini-Buchstaben vor tiefblauem Hintergrund zu erkennen, und schwirrte Ihnen vor Überblendeffekten der Kopf? Dabei ist es gar nicht so schwer, seinen Vortrag mit einer guten Präsentation zu stützen.

Machen Sie sich mit dem Programm vertraut

Präsentationsprogramme bieten eine Vielfalt an technischen Möglichkeiten, die Ihnen die Arbeit sehr erleichtern können. Wichtig ist nur, diese Möglichkeiten zu kennen und die, die Sie nutzen möchten, auch zu beherrschen. Eine gute Anleitung für PowerPoint finden Sie z. B. unter www.de/s2868.

Was muss tatsächlich schriftlich dargestellt werden?

Beschränken Sie den Inhalt

Verzichten Sie auf Überfrachtung der Folien mit Text und widmen Sie jedem Thema bzw. jeder Kernaussage nur eine Folie. Eine gute Orientierung bietet die bekannte 10-20-30-Regel: pro Vortrag maximal 10 Folien, Vortragsdauer höchstens 20 Minuten, immer 30-Punkt-Schrift oder größer verwenden.

Halten Sie es schlicht

Sie halten einen Fachvortrag und möchten, dass Ihre Zuhörer wichtige Informationen gut aufnehmen können. Darum sollten Sie auf lustige Illustrationen, den häufigen Wechsel von Schriftstilen (fett, kursiv oder gar bunt oder konturiert), knallige Hintergründe und Überblendeffekte verzichten. Nur in Grafiken kann es sinnvoll sein, mit zurückhaltenden Animationen den Merkeffekt bei Ihren Zuhörern zu erhöhen, z. B. mit einem Schritt-für-Schritt-Aufbau eines Therapieschemas.

Bild- und Textquellen sorgfältig nachweisen

Beachten Sie die Urheberrechte

Wenn Sie Abbildungen einbinden wollen, prüfen Sie genau, ob Sie dies auch dürfen. Es kann richtig teuer werden, wenn Sie z. B. Bilder aus dem Internet verwenden, die aufgrund des Urheber- oder Nutzungsrechts nicht frei genutzt werden dürfen. Notieren Sie sich stets, woher Sie welches Bild haben, und geben Sie die Quelle direkt am Fuß der Folie an, wenn der Bildgeber dies vorschreibt. Die gleiche Sorgfalt ist bei Textquellen gefragt.

PRAXISTIPP | Wer sich ausführlicher zum Thema Zitieren informieren möchte, findet dazu wichtige und interessante Hintergründe samt Checkliste unter www.de/s2869.