

## So steigern Sie die Alleinstellungsmerkmale Ihrer Apotheke

Drei persönliche Marketing-Tipps von Herrn Dr. Klaus Fehske



1. **„Storytelling“**  
Erzähle „Deine“ Geschichte. Das ist etwas, was Sie auszeichnet und besonders macht, etwas das Kunden sich wünschen und Mitarbeiter bindet. Wir bringen beispielsweise seit 1991 eine eigene Gesundheitszeitung heraus, in der wir monatlich sieben kleine Geschichten über uns schreiben.
2. **„Survival of the fittest“**  
Wer sich am besten an sein Umfeld anpassen kann, ist erfolgreich. Man muss seine Zielgruppen gut kennen, die Kunden immer wieder befragen, um mit passenden Maßnahmen zu punkten. Neben Kundenumfragen schreiben wir z. B. Gäste, die länger als ein Jahr nicht bei uns waren, an und fragen nach, was wir besser machen können.
3. **„Eine erfolgreiche Marke muss von der Leitung vorgelebt, von den einzelnen Teammitgliedern ausgelebt und von den Gästen täglich erlebt werden!“**  
Eine Marke ist wie ein Versprechen, das Sie erfüllen müssen. Ansonsten verspielen Sie das Vertrauen Ihrer Kunden. Zur Veranschaulichung: Wir können nur deshalb mit 97 Prozent Lieferfähigkeit werben, weil es täglich für unsere Gäste erlebbar ist. Im Idealfall sprechen Sie die Gefühle Ihrer Kunden an. Denn: *“People will forget what you said, People will forget what You did, but people will never forget, what You made them feel!”* Darum messen wir gelegentlich unseren „Lächelquotienten“. Das heißt, Mitarbeiter vermerken auf einer Strichliste, wie oft es ihnen in 100 Gesprächen gelingt, einen Gast zum Lächeln zu bringen. Manche schaffen 98 Prozent.