



## ***APOCON ASS – Apotheken Sales Support***

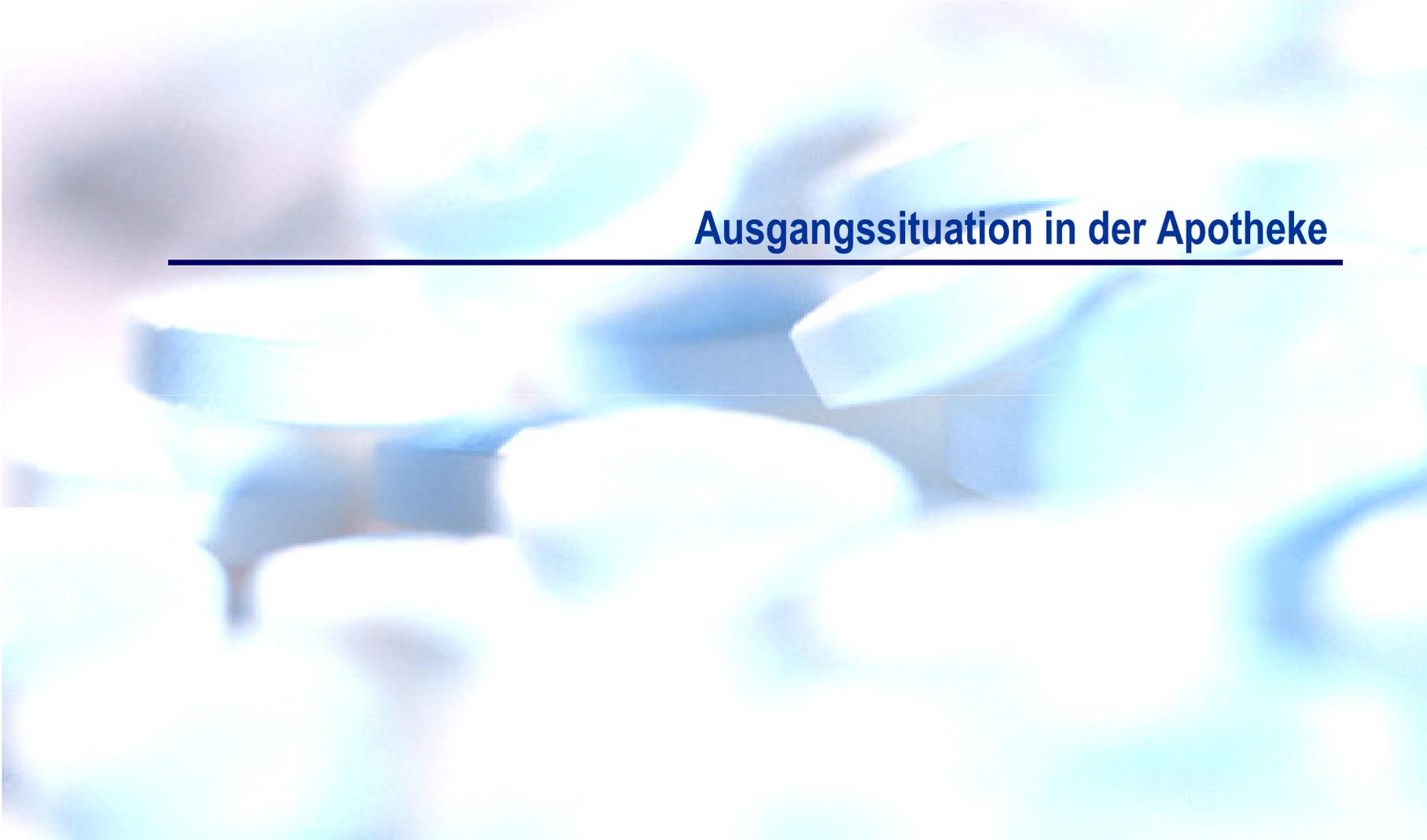
***Von der Kunst , zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein***

***APOCON Gesundheitsmanagement GmbH  
MMag. Jens Wilke MAS / Thomas Soukop MAS***

APOCON Gesundheitsmanagement GmbH, Spaunstraße 49, 4020 Linz, sekretariat@apocon.com  
Bankverbindung: Hypo Tirol Bank AG, Bankleitzahl 57000, Konto Nr. 120 044 285  
UID-Nr.: ATU 54060402, Firmenbuch Nr. 220164x, Firmenbuchgericht Linz  
Geschäftsführer MMag. pharm. Jens Wilke, MAS und Thomas Soukop, MAS

## Inhalt

- § **Ausgangssituation – ungenutzte Potenziale in der Apotheke**
- § **Zielsetzung von APOCON ASS – Apotheken Sales Support**
- § **Vorbereitungszeit und Kosten**
- § **Unternehmensvorstellung APOCON**



## Ausgangssituation in der Apotheke

---

## Die öffentliche Apotheke – der richtige Vertriebspartner!

- § **hohes Kompetenz- und Vertrauensniveau in der Bevölkerung**
- § Notwendigkeit der Sicherung / Steigerung (!) der **Beratungsqualität in der Apotheke als Basis für langfristigen Erfolg** der Institution Apotheke (Abgrenzung z. apotheken-externen Wettbewerb)
- § zunehmende **Wichtigkeit für die Apotheke, die Beratung** in den Bereichen Arzneimittel / OTC / Consumer Health ganzheitlich zu **systematisieren / zu professionalisieren**

# Die öffentliche Apotheke – ungenutzte Potenziale

Unsere Erfahrungen aus mehr als 250 Beratungen in öffentlichen Apotheken:

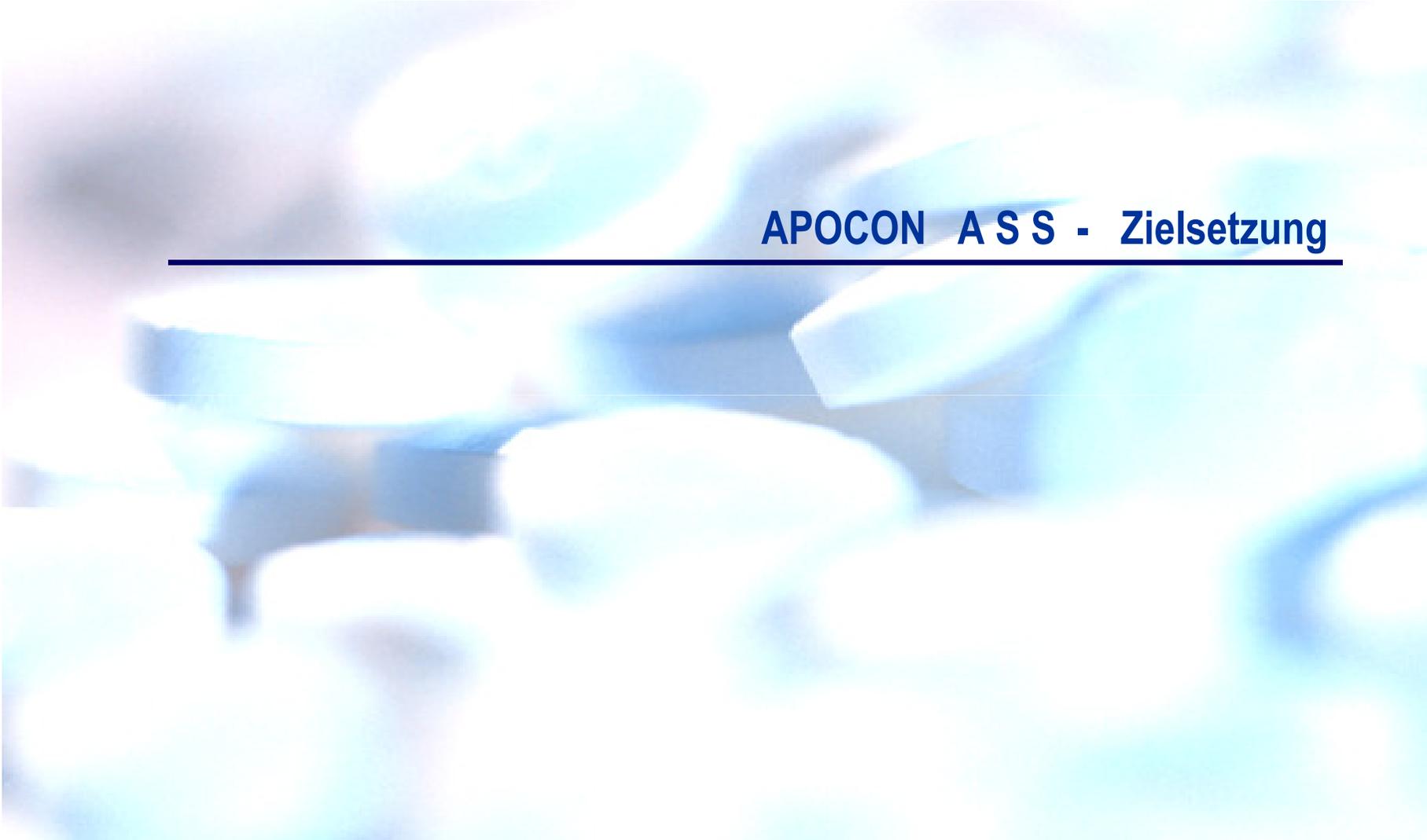
*"der Kunde will – die Apotheke könnte ..."*

## Kunden

- w 85% möchten in der Apotheke aktiv beraten werden
- w für 90% der Kunden zählen Empfehlungen und Informationen zu einer guten Beratung
- w rund 2/3 Drittel der Apothekenkunden würden zusätzlich etwas kaufen, wenn man Ihnen entsprechendes angeboten hätte
- w Mehrzahl der Kunden kennt Produkt-Innovationen nicht

## Apotheke

- w hohe Kompetenz (Fortbildungen etc.) – aber geringe praxisrelevante Umsetzung am Kunden
- w meist geringe aktive Beratung im Therapieergänzungsbereich
- w keine aktive Ansprache von Therapieergänzungen
- w grundsätzliche Hemmungen in der Ansprache von Therapieergänzungen
- w am POS wird "der Wald vor lauter Bäumen" nicht gesehen
- w fehlende Systematik z. Aufbau v. einheitlichen Empfehlungsstandards – "was empfehlen wir wann?"



## APOCON A S S - Zielsetzung

---

## was wir Ihnen mit APOCON ASS bieten können

- § unmittelbarer Zugang zu über 500 Apotheken mittels EDV-Systemen
- § breite, punktgenaue informationsgesteuerte Einblendung direkt am POS
- § fixe intelligente Informationseinblendungen, keine plumpen pop-ups
- § keinen Eingriff in den Handlungsablauf des Tarapersonals
  
- § direkte Verknüpfung Ihres Produktes
  - W zur passenden Verschreibung (bspw. bei Antibiotikagabe passendes Probiotikum)
  - W zum richtigen OTC-Produkt (bspw. Wäschespüler zum Antimykotikum)
  - W zu einem anderem passenden Basisprodukt (Kosmetikum bei Abnehmen)
  
- § APOCON Argumentationshilfe
  - W zu Ihrem Produkt werden die 3 wichtigsten Nutzenargumente für Ihre Kunden eingeblendet
  - W Hilfe für schlagkräftige Argumente am POS
  
- § direkte Verlinkung zur Homepage Ihres Unternehmens
  
- § Erfolgskontrolle:
  - W Sie erhalten zusätzlich von uns die jeweiligen Abverkaufszahlen Ihres Produktes



**Kosten / Leistung**

---

# Kosten und Leistung

## Kosten:

- |                                  |          |
|----------------------------------|----------|
| § Kosten pro Apotheke pro Monat  | € 10,00  |
| § Einmalige Programmierpauschale | € 750,00 |

## Leistung:

- § Einblendung direkt am POS durch:
  1. Anzeige einer Überschrift mit Produktnamen
  2. Anzeige von 3 Nutzenargumenten für den Kunden
  
- § Somit direkte Unterstützung des Tarapersonals unmittelbar im Beratungsgespräch



# Screenshot

ApotronicXP Center - [Sofortrechnung]

Programm Bearbeiten Artikel Einkauf Produktion Verkauf Kassenabrechnung Extras Fenster Hilfe

Bon Einfügen Position Besorger/Einsatz % Rabatt Auswahl Total MDB beraten... (F5)

KDNr.:  Kunden-suche  MDB

PZN	Artikel-Bezeichnung	Lst.	Ust.	Anz.	-%	Preis	Wert	...
2462348	CANESTEN BIFONAZ CR, 20 G	0	20	1	0,00	8,95	8,95	...

Artikel Piktogramme

1 Pkg. **8,95 €**

**Canesten Wäschespüler**

- Ideale Ergänzung zu jeder Pilztherapie, z.B. Fuß-, Nagel- Vaginalpilz
- Befreit die Wäsche von Pilzen und Bakterien
- Hygienisch saubere Wäsche bei allen Waschttemperaturen

Letzter Bon Total Auswahl Total BAR [F12]

Bereit Admin GLUDOVATZC/1 Dev/1

## Zeitplanung – mögliche nächste Schritte

§ **Gesamt-Vorlaufzeit:** ca. 6 Wochen

§ **Wir brauchen von Ihnen:**

- W PZN's, die Sie mit Ihrem Produkt verknüpfen möchten
  - W Text, der eingeblendet werden soll (in Abstimmung mit APOCON)
  - W 3 Nutzenargumente für Ihr Produkt (in Abstimmung mit APOCON)
- 

§ **noch Fragen?**

Thomas Soukop, MAS

[thomas.soukop@apocon.com](mailto:thomas.soukop@apocon.com) oder

tel. 0043 / 699 / 14 144 101

fax 0043 / 732 / 34 48 73

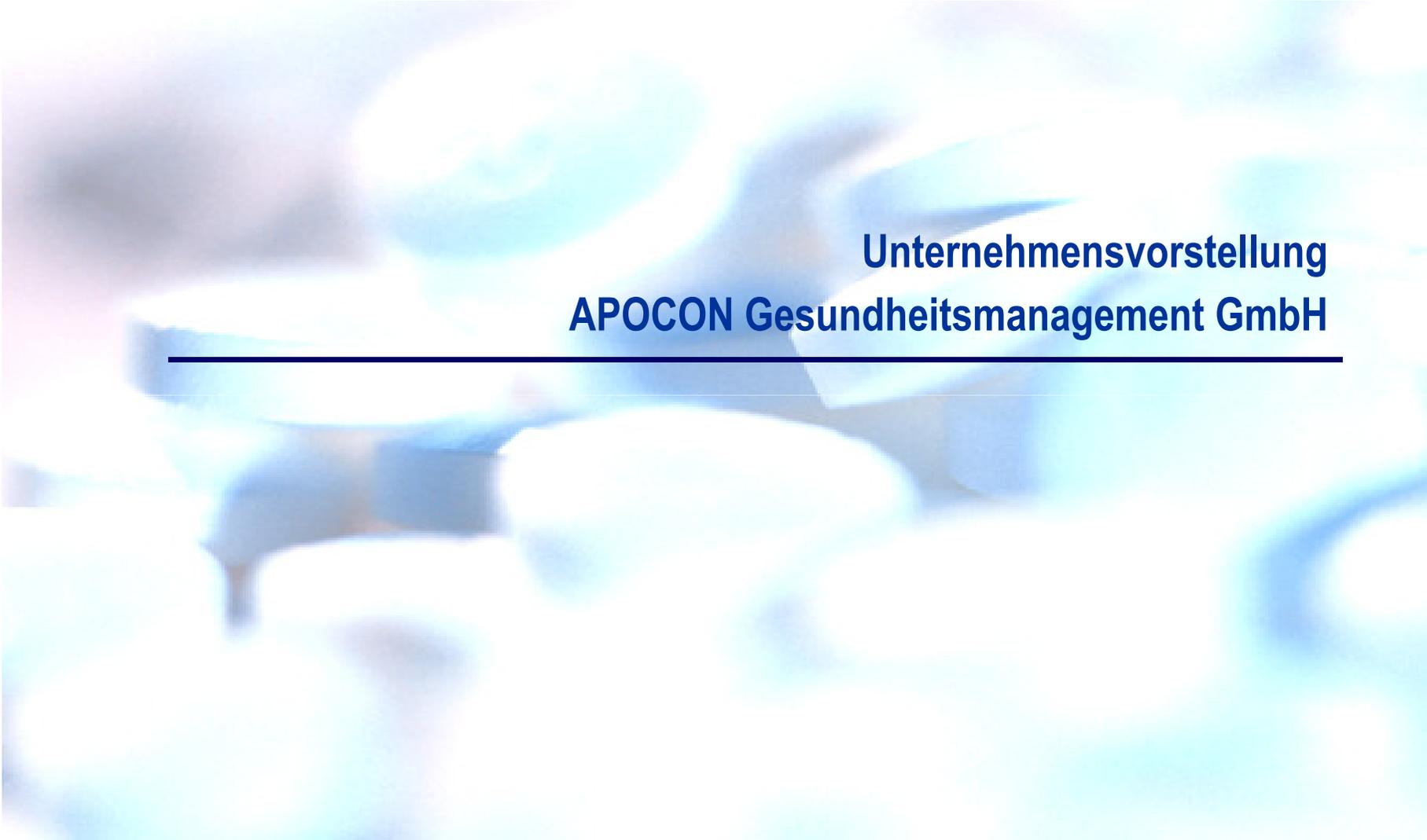
MMag. pharm. Jens Wilke, MAS

[jens.wilke@apocon.com](mailto:jens.wilke@apocon.com)

tel. 0043 / 699 / 14 144 100

fax 0043 / 732 / 34 48 73

weitere Infos finden Sie unter [www.apocon.com](http://www.apocon.com)



**Unternehmensvorstellung  
APOCON Gesundheitsmanagement GmbH**

---

# APOCON Gesundheitsmanagement

APOCON Gesundheitsmanagement GmbH wurde im Mai 2002 von MMag. Jens Wilke, MAS und Thomas Soukop, MAS in Österreich mit Firmensitz in Linz gegründet. Zur Bearbeitung des deutschen Marktes wurde im November 2001 eine GmbH (Sitz in Freising) gegründet.

APOCON berät als eines der wenigen Beratungsunternehmen im Gesundheitsbereich **alle** **Systempartner** im Gesundheitsbereich. d.h.

**Apotheken    Ärzte    Pharmaindustrie    Krankenhäuser    Altenheime**

Das Unternehmen hat sich seit seiner Gründung in einem sehr anspruchsvollen Markt zu einer **Fixgröße** gerade im Bereich der Apotheken entwickelt und zählt mit mehr als 200 Apotheken als Kunden nunmehr zu den größten Beratungs-unternehmen auf diesem Sektor.

Als strategisch relevanter Markt wurde zunächst der **deutschsprachige Raum** definiert, eine Bearbeitung des Marktes Richtung Osten wird mittel- bis langfristig anvisiert.

## **Mag. Mag. pharm. Jens Wilke, MAS**

**Studium Pharmazie und Wirtschaft Innsbruck**

**Approbation zum Apotheker**

**(post graduate studium (Pharmamanagement) Donau-Universität Krems**

**Ausbildung zum europäischen Qualitätsmanager im Gesundheitswesen**

**pharm. Forschungsprojekt an der Universität Innsbruck**

**Tätigkeit in der dt. pharm. Industrie (Schwarz Pharma AG, Qualitätskontrolle)**

**Tätigkeit in der öffentlichen Apotheke (Deutschland)**

**2001: Gründung der APOCON GmbH (Beratungsunternehmen Gesundheitsbereich)\***

**Erfahrung aus Beratung u.a. von über 150 Apotheken, Krankenhäusern, Altenheimen**

**Lektor an der Donauuniversität Krems (inkl. Betreuung von Diplomarbeiten)**



\*Unternehmensvorstellung s.u.

# Thomas Soukop, MAS

**Großhandelskaufmann**

**Pharmareferent**

**post graduate studium (Pharmamanagement Donau-Universität Krems)**

**Ausbildung zum europäischen Qualitätsmanager im Gesundheitswesen**



**umfangreiche Tätigkeiten in der österreichischen pharm. Industrie (u.a.)**

**Fresenius: Pharmareferent**

**Ferring Arzneimittel: Product Manager**

**Serono Österreich: Country Manager**

**2001: Gründung der APOCON GmbH (Beratungsunternehmen Gesundheitsbereich)\***

**Erfahrung aus Beratungen von Pharmaindustrie, Apotheken**

**Lektor an der Donauuniversität Krems**

# Geschäftsfelder APOCON



## Unser Ansatz im Apothekenbereich – Beratung und Umsetzung vor Ort

APOCON setzt v.a. im Apothekenbereich seinen Schwerpunkt auf die Beratung vor Ort. Externe Seminare sind wichtig und notwendig, unterstützen die Umsetzungskompetenz Ihrer MitarbeiterInnen aber nur zum Teil.

Unsere Beratungen wurden aus der Praxis für die Praxis entwickelt und finden nahezu ausschließlich im laufenden Apothekenbetrieb statt. So erkennen wir unmittelbar und unverfälscht, wo in der jeweiligen Apotheke der Schuh drückt und wie wir Sie und Ihr Team sofort und punktgenau unterstützen können. Damit können Sie und wir den Erfolg unserer Beratung auch unmittelbar evaluieren.

Jede Apotheke ist anders! Wir präsentieren in Apotheken nicht eine Lösung und hoffen, dass die Apotheke das entsprechende Problem dafür hat, sondern passen unsere Beratung an Ihre Wünsche und Ihre spezielle Situation in Ihrer Apotheke an.

# Beratungsbereiche in der Apotheke

## ① Betriebswirtschaftliche Apothekenplanung und -steuerung

- § Apothekenvermittlungen
- § Apothekenfinanzierungen
- § betriebswirtschaftliche (Potenzial-)Analysen
- § Apothekencontrolling
- § Lageroptimierung, Einkaufscoaching
- § Mitarbeiterbeteiligungsmodelle

## ② Marketing / Kommunikation / Team

- § MBA Beratungs- und Kommunikationscoaching (indikationsbezogen / kontinuierliches Training)
- § Marketingplanung und -umsetzung
- § Telefoncoaching
- § Kundenbindungsmanagement
- § Warenpräsentation (CM)
- § Kundenbefragungen (mehrdimensional)
- § Mitarbeiterbefragungen
- § Teambuilding
- § Planspiel APOPLAY

## ③ Organisationsoptimierung in der Apotheke

- § Regelung von Aufgaben- und Kompetenzverteilungen
- § Analyse und Verbesserung apothekenrelevanter Abläufe
- § Standardisierung von Apothekenabläufen inkl. Dokumentation (EDV-gestützt)
- § Einführung von (Qualitäts-)Managementsystemen (bis hin zur Zertifizierung)