

## 1. Machen Sie visuell auf sich aufmerksam.

Ob Ihre Apotheke im Einkaufszentrum oder in einer Seitenstraße gelegen ist: Das Schaufenster spiegelt Ihr Geschäft wider. Wechseln Sie regelmäßig die Dekoration – entsprechend der Jahreszeit oder auch zu bestimmten Feiertagen.

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Öffnungszeiten gut zu sehen sind, und hängen Sie einen Plan auf, an welchen Tagen Sie als Not-Apotheke geöffnet haben.

Ihre Apotheke liegt in einer wenig besuchten Seitenstraße? Ein aufstellbares Schild an der Straßenecke zur Hauptstraße weist Passanten auf Ihren Standort hin.

Schalten Sie regelmäßig Anzeigen in lokalen Zeitungen und Ärzteblättern.

## 2. Nutzen Sie eine Website als digitales Aushängeschild.

Viele Kunden nutzen die Online-Suche, um eine Apotheke zu finden. Umso wichtiger ist es, dass auch Ihre Apotheke über eine eigene Internetpräsenz verfügt. Die Website sollte idealerweise auf lokale Suchbegriffe abgestimmt sein.

Achten Sie zudem darauf, dass Ihre Website auch für mobile Endgeräte optimiert ist – viele Suchanfragen werden unterwegs getätigt.

Stellen Sie Ihre Apotheke, sich und Ihre Mitarbeiter auf der Website vor. Freundliche Bilder von den Räumlichkeiten und Ihrem Personal sowie ein paar persönliche Worte erwecken einen sympathischen Eindruck.

Informieren Sie Ihre Kunden auf der Website regelmäßig über Neuigkeiten, Angebote oder Aktionen.

### 3. Setzen Sie auf Online-Kommunikation.

Kundenservice via E-Mail: Es ist Heuschnupfenzeit? Ein Newsletter, in dem Sie den Abonnenten saisonale Angebote präsentieren, ist eine gute Option. Mit praktischen Tipps zum Umgang mit Allergien zeigen Sie Ihre Expertise.

Seien Sie auf Social-Media-Kanälen wie Facebook vertreten. Mit wenig Aufwand können Sie mit informativen Beiträgen und kurzen Posts zu Rabattaktionen auf sich aufmerksam zu machen.

Registrieren Sie Ihre Apotheke bei „Google my Business“ mit aktuellen Öffnungszeiten, Standort und Kontaktmöglichkeiten.

Bitten Sie zufriedene Kunden, Sie mit einer guten Google-Rezension zu bewerten. Viele Online-Nutzer entscheiden sich eher für Geschäfte, wenn diese bereits gute Bewertungen vorweisen.

### 4. Bieten Sie gute Angebote, interessante Aktionen und Veranstaltungen an.

Sonderangebote sind bei (potenziellen) Kunden gerne gesehen. Monatlich wechselnde Rabattaktionen – etwa ein Preisnachlass auf Grippemittel in der Herbstzeit – locken Käufer ins Geschäft.

Organisieren Sie Informationsveranstaltungen oder Workshops. Zum Tag der gesunden Ernährung laden Sie Kunden beispielsweise zur Beratung ein und verteilen einen kostenlosen Vitamintrunk.

Eine Rabattkarte hilft bei der Kundenbindung. Bieten Sie Inhabern dieser Karte zum Beispiel eine Vergünstigung auf freiverkäufliche Produkte an.

Bitten Sie zufriedene Kunden, Sie mit einer guten Google-Rezension zu bewerten. Viele Online-Nutzer entscheiden sich eher für Geschäfte, wenn diese bereits gute Bewertungen vorweisen.

## 5. Spezialisieren Sie sich auf ein Thema.

Sie möchten sich von der Konkurrenz abheben? Werden Sie zum Spezialisten für einen Schwerpunkt wie Ernährungsberatung, Diabetes oder Mutter und Kind. Kommunizieren Sie Ihren Expertenstatus nach außen.

## 6. Denken Sie daran: Vertrauen ist das A und O.

Wie auch der Hausarzt ist der Apotheker für Patienten ein wichtiger Ansprechpartner, wenn es um Krankheiten geht. Die persönliche Beratung und ein gut vermitteltes Fachwissen stärken die Kundenbindung.

Damit der Kundenservice stets qualitativ hoch bleibt, achten Sie darauf, dass Ihre Mitarbeiter immer auf dem neuesten Stand rund um Gesundheitsthemen sind.

## 7. Lassen Sie sich bei Ihrer Marketing-Strategie professionell unterstützen.

Nicht jeder hat das Know-how, um eine Website zu erstellen. Suchen Sie sich Hilfe bei einem Profi.

Beauftragen Sie einen Grafiker, um Ihnen ein einzigartiges Logo zu erstellen.

## 8. Werben Sie konkret und angemessen.

Ihre Apotheke bietet ein großes Sortiment an homöopathischen Mitteln an?

Bei Ihnen finden sich zusätzliche Produkte wie Kosmetika oder kleine Geschenkartikel?  
Stellen Sie diese potenziellen Kunden vor.

Bedenken Sie, dass für verschreibungspflichtige Arzneimittel ein Werbeverbot gilt.

Kleine Aufmerksamkeiten wie Taschentücher oder Traubenzucker dürfen nur bei freiverkäuflichen Produkten vergeben werden.

## 9. Überprüfen Sie Ihre Marketingmaßnahmen.

Welche Veranstaltungen oder Rabattaktionen haben bei Ihren Kunden ins Schwarze getroffen und welche waren weniger lukrativ? Machen Sie regelmäßig eine Bestandsaufnahme Ihrer Zahlen.

Üben Sie sich in Geduld und geben Sie nicht zu schnell auf. Auch erfolgreiches Marketing braucht Zeit.