

Inhaltsübersicht

Kapitel I: Zielsetzung und Struktur der Publikation

I.	Die Einstimmung	1
II.	Die Inhalte	2
1.	Zur Bedeutung des Begriffes „Apotheke“	2
2.	Ableitung der Anforderung aus dem Begriff „Apotheke“	4
3.	Checklisten: Ihre Apotheke auf dem Prüfstand	9
4.	Die Zielsetzung des Buches	13

Kapitel II: Positive Grundeinstellung und bestes Erscheinungsbild

I.	Die Einstimmung	1
II.	Die Checkliste	3
III.	Die Inhalte	4
1.	Die positive Grundeinstellung	4
2.	Bestes Erscheinungsbild	12
2.1.	Checken Sie Ihre Apotheke	14
2.2.	Die Werbung	18
2.3.	Das Marketing	29
2.4.	Empfehlungen zur Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit	33
IV.	Die Umsetzung	34

Kapitel III: Richtige Strategien und schlüssige Pläne

I.	Die Einstimmung	1
II.	Die Checkliste für das Kapitel	3
III.	Die Inhalte	4
1.	Zusammenhang zwischen Strategie, Zielen und Planung	4
2.	Module eines Strategie-Papiers	8
2.1.	Kunden-Analyse	8
2.2.	Mitbewerber-Analyse	31
2.3.	Produkt-/Leistungs-Analyse	35
2.4.	Innovations-Analyse	42
2.5.	Differenzierungs-Analyse	60
3.	Ziele von Apotheken	67
3.1.	Schwachstellen beim Thema „Ziele von Apotheken“	67
3.2.	Drei Schritte zum Aufbau eines Zielsystems in Apotheken	69
4.	Planung in Apotheken	74
4.1.	Planungsgrundsätze in Apotheken	74
4.2.	Ausgewählte Formulare zur Planung	74
IV.	Die Umsetzung	84

Kapitel IV: Flexible Organisation und effiziente Informationssysteme

I.	Die Einstimmung	1
II.	Die Checkliste für das Kapitel	3
III.	Die Inhalte	4
1.	Die Bedeutung von Organisation und Informationssystemen	4
2.	Methoden zur Schwachstellen-/Stärken-Analyse	8
2.1.	Checklisten	9
2.2.	Kennzahlen	9
2.3.	Kundenbefragung	10
2.4.	Workshop: Kartenabfrage	11
2.5.	Erfolgsfaktoren-Analyse	24
3.	Die Kooperative Zielvereinbarung	29
3.1.	Das System der Zielvereinbarung	29
3.2.	Instrumente und Hilfsmittel zur Realisierung der „Kooperativen Zielvereinbarung“	31
4.	Verbesserung der Selbstorganisation	41
4.1.	Stellenwert der Selbstorganisation	41
4.2.	Erfolg und Freizeit	43
4.3.	Test zur Selbstorganisation	45
IV.	Die Umsetzung	53

Kapitel V: Mitarbeiter als Mitunternehmer und Führungskräfte als Spielmacher

I.	Die Einstimmung	1
II.	Die Checkliste für das Kapitel	3
III.	Die Inhalte	4
1.	Mitarbeiter/innen als Mitunternehmer	4
2.	Führung in Apotheken	6
2.1.	Thesen	6
2.2.	Führungsstil und Führungsverhalten	7
3.	Motivieren in der Apotheke	20
4.	Flexible Entlohnungssysteme in der Apotheke	28
4.1.	Thesen zum Entlohnungssystem	28
4.2.	Modell-Vorschlag 1: Wertschöpfung	29
4.3.	Modell-Vorschlag 2: Teamorientiertes Entgeltsystem	37
IV.	Die Umsetzung	42

Kapitel VI: Beste Kundenorientierung und aktives Marketing

I.	Die Einstimmung	1
II.	Die Checkliste für das Kapitel	3
III.	Die Inhalte	4
1.	Herausforderung Kunde	4
2.	Von der Kundenbearbeitung zur Kundenbindung	11
3.	Regeln für den Umgang mit Reklamationen	22
4.	Wie behandelt man einen Kunden, der sich beschwert?	26

5.	Empfehlungen für Leistungsschauen, Messen, Ausstellungen, Vortragsabende etc.	27
6.	Vorschläge für das Schreiben von Geschäftsbriefen	28
7.	Der erste Eindruck eines neuen Kunden	31
8.	Ein Kunde betritt Ihre Apotheke	32
9.	Die Broschüre oder das Faltblatt Ihrer Apotheke	33
IV.	Die Umsetzung	34

Kapitel VII: Treffen besserer Entscheidungen und Lösen von Problemen

I.	Die Einstimmung	1
II.	Die Checkliste für das Kapitel	3
III.	Die Inhalte	4
1.	Das Treffen besserer Entscheidungen	4
2.	Die Nutzwertanalyse – eine Methode zum Treffen besserer Entscheidungen	6
2.1.	Die Zielsetzung der Methode	6
2.2.	Vor- und Nachteile der Nutzwertanalyse	6
2.3.	Das Vorgehen bei der Anwendung der Nutzwertanalyse	7
3.	Priorisierung von Projekten und Investitionen	11
3.1.	Das Problem	11
3.2.	Die Kriterien	12
3.3.	Einordnung der Projekte in eine Rangfolge	14
4.	Lösen von Problemen mit der Berater-Werkstatt	21
4.1.	Einführung in das Problemmanagement	21
4.2.	Berater-Werkstatt	22
5.	Lösen von Problemen mit der Methode „Bedeutung/Beeinflussbarkeit“ ..	33
6.	Lösen von Problemen mit der Methode „Wichtigkeit/Dringlichkeit“ ..	36
IV.	Die Umsetzung	39