

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Vorwort | v |
| 1 Kommunikation im Kundengespräch..... | 1 |
| 1.1 Gespräche in der Apotheke | 2 |
| 1.2 Kommunikation – ein Austausch von Information..... | 3 |
| 1.2.1 Grundsätze der Kommunikation | 5 |
| 1.3 Das Wechselspiel der Kommunikation | 14 |
| 1.3.1 Grundeinstellungen der Gesprächspartner | 14 |
| 1.3.2 Kommunikationskreisläufe | 16 |
| 1.3.3 Symmetrische und komplementäre Kommunikation | 17 |
| 1.4 Missverständnisse | 19 |
| 1.4.1 Die falsch verstandene Nachricht | 19 |
| 1.4.2 Verstehen und verstanden werden | 22 |
| 1.5 Die Aspekte des Kundengesprächs | 26 |
| 2 Die Eröffnung | 27 |
| 2.1 Der erste Eindruck | 28 |
| 2.1.1 Die Apotheke | 28 |
| 2.1.2 Die Apothekenmitarbeiter | 28 |
| 2.1.3 Die Unternehmensphilosophie | 29 |
| 2.2 Die Begrüßung | 31 |
| 2.2.1 Die Anrede | 32 |
| 2.2.2 Kontakt herstellen und halten | 33 |
| 2.3 Die Körpersprache | 35 |
| 2.3.1 Mimik | 36 |
| 2.3.2 Blickkontakt | 41 |
| 2.3.3 Körperhaltung | 44 |
| 2.3.4 Stimme | 47 |
| 2.3.5 Bedeutung der Körpersprache | 47 |
| 2.4 Die Personenwahrnehmung | 49 |
| 2.5 Typische Eigenschaften unserer Persönlichkeit | 52 |
| 2.5.1 Streben nach Nähe | 55 |
| 2.5.2 Streben nach Distanz..... | 56 |
| 2.5.3 Streben nach Dauer | 58 |
| 2.5.4 Streben nach Wechsel | 59 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 3 | Die Bedarfsermittlung | 62 |
| 3.1 | Vom Kundenwunsch in die Beratung | 63 |
| 3.2 | Das Fragen | 64 |
| 3.2.1 | Fragen in der Selbstmedikation | 68 |
| 3.2.2 | Fragen bei der Rezeptbelieferung | 74 |
| 3.2.3 | Die Fragetechnik | 78 |
| 3.2.4 | Wer fragt, führt | 80 |
| 3.3 | Richtiges Zuhören | 82 |
| 3.3.1 | Die Gesprächspausen | 84 |
| 3.3.2 | Das Zusammenfassen | 85 |
| 3.4 | Empathie bei der Bedarfsermittlung | 86 |
| 3.5 | Bedarf und Bedürfnisse | 90 |
| 4 | Die Arzneimittelauswahl | 93 |
| 4.1 | Der konkrete Präparatewunsch | 94 |
| 4.1.1 | Wunsch nach einem geeigneten Arzneimittel | 95 |
| 4.1.2 | Wunsch nach einem ungeeigneten Arzneimittel | 96 |
| 4.1.3 | Nachfrage nach einem unbekannten Produkt | 98 |
| 4.1.4 | Wunsch nach einem Arzneimittel, das nicht auf Lager ist | 100 |
| 4.1.5 | Wunsch nach einem verschreibungspflichtigen Arzneimittel ohne Verordnung | 101 |
| 4.2 | Der Wunsch nach einer Empfehlung | 104 |
| 4.2.1 | Die individuelle Empfehlung | 106 |
| 4.3 | Rezeptbelieferung | 109 |
| 4.3.1 | Umsetzung der Rabattverträge | 112 |
| 4.3.2 | Verordnete Arzneimittel nicht an Lager | 114 |
| 5 | Die Beratung und Information | 118 |
| 5.1 | Der Umgang mit dem Arzneimittel | 120 |
| 5.2 | Beratung aktiv anbieten | 127 |
| 5.3 | Die Verständlichkeit der Sachinformation | 129 |
| 5.4 | Die Aufmerksamkeit des Zuhörers | 134 |
| 5.5 | Der Nutzen der Arzneitherapie | 138 |
| 5.5.1 | Vom Nutzen überzeug sein | 138 |
| 5.5.2 | Vom Nutzen überzeugen | 139 |
| 5.5.3 | Zuwendungs- und Abwendungsmotivation | 141 |
| 5.6 | Der Gesprächsstil | 142 |
| 5.6.1 | Verhaltensdimensionen im professionellen Gespräch | 142 |
| 5.6.2 | Gesprächsstile in Beratungs- und Verkaufsgesprächen | 143 |

| | | |
|---------------------------|--|------------|
| 5.7 | Beratung vom ersten Moment an | 145 |
| 5.8 | Besondere Beratungssituationen | 149 |
| 5.8.1 | Schwierigkeiten in der Verständigung | 149 |
| 5.8.2 | Schwierigkeiten mit besonderen Kundentypen | 152 |
| 5.8.3 | Schwierige Gesprächsthemen | 171 |
| 5.9 | Das Angebot von Dienstleistungen | 187 |
| 5.9.1 | Dienstleistungen rund um Covid-19 | 187 |
| 5.9.2 | Kosten für Dienstleistungen | 189 |
| 5.9.3 | Der Ablauf einer Medikationsanalyse | 191 |
| 6 | Der Verkauf | 195 |
| 6.1 | Beraten und verkaufen | 196 |
| 6.2 | Die Kaufmotive | 199 |
| 6.2.1 | Psychologische Kaufmotive | 201 |
| 6.2.2 | Einige verstandesmäßige Kaufmotive | 205 |
| 6.2.3 | Die individuelle Argumentation | 207 |
| 6.3 | Die Beeinflussung | 209 |
| 6.3.1 | Erfolglose Appelle | 209 |
| 6.3.2 | Erfolgreich Appellieren | 211 |
| 6.4 | Der Ablauf einer Argumentation | 215 |
| 6.5 | Die Kaufsignale | 217 |
| 6.5.1 | Einwände des Kunden | 217 |
| 6.5.2 | Vorwände des Kunden | 220 |
| 6.5.3 | Offene Ablehnungen | 221 |
| 6.6 | Preisdiskussionen | 221 |
| 6.6.1 | Erfolgreiches Verhalten in Preisdiskussionen | 222 |
| 6.7 | Aktiv verkaufen | 224 |
| 6.7.1 | Alternative Lösungen bieten | 224 |
| 6.7.2 | Die Zusatzempfehlung | 225 |
| 7 | Der Abschluss | 228 |
| 7.1 | Der Kaufentschluss | 229 |
| 7.2 | Die Verabschiedung | 231 |
| Literatur | | 234 |
| Bildnachweis | | 235 |
| Sachregister | | 237 |
| Die Autorin | | 241 |