

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>I</b>	<b>Grundlagen der Kommunikation.....</b>	<b>1</b>
1	<b>Grundlagen.....</b>	<b>3</b>
1.1	<b>Einführung.....</b>	<b>4</b>
1.2	<b>Verbale und nonverbale Kommunikation.....</b>	<b>6</b>
1.2.1	Verbale Kommunikation.....	6
1.2.2	Nonverbale Kommunikation.....	8
1.3	<b>Kommunikationsmodelle.....</b>	<b>9</b>
1.3.1	Theorien.....	9
2	<b>Gespräche.....</b>	<b>15</b>
2.1	<b>Ich-Botschaften.....</b>	<b>16</b>
2.2	<b>Themenzentrierte Interaktion (TZI).....</b>	<b>17</b>
2.3	<b>Konfliktarme Gesprächsführung.....</b>	<b>19</b>
2.4	<b>Unterschied zwischen Sach- und Beziehungsebene.....</b>	<b>21</b>
2.5	<b>DISG (dominant initiativ stetig gewissenhaft).....</b>	<b>22</b>
2.6	<b>Gespräche untereinander.....</b>	<b>23</b>
2.6.1	Gesprächsatmosphäre, Ort und Zeit.....	24
2.7	<b>Fragetechniken.....</b>	<b>25</b>
2.7.1	Offene Fragen.....	25
2.7.2	Geschlossene Fragen.....	27
2.7.3	Alternativfragen.....	27
3	<b>QM und ABDA.....</b>	<b>31</b>
3.1	<b>Audit und Zertifizierung.....</b>	<b>32</b>
3.2	<b>Qualitätsmanagement.....</b>	<b>32</b>
3.2.1	Einführung eines Qualitätsmanagementsystems.....	33
3.3	<b>ABDA-Leitlinien.....</b>	<b>34</b>
3.4	<b>Qualitätssicherung.....</b>	<b>35</b>
<b>II</b>	<b>Interne Kommunikation.....</b>	<b>39</b>
4	<b>Teamgrundlagen.....</b>	<b>41</b>
4.1	<b>Einleitung.....</b>	<b>42</b>
4.2	<b>Ausgangslage / Startpunkt.....</b>	<b>42</b>
4.3	<b>Definition und Merkmale eines Teams.....</b>	<b>44</b>
4.4	<b>Das ideale Team.....</b>	<b>45</b>
4.5	<b>Teamleitbild.....</b>	<b>50</b>
5	<b>Strukturen im Team.....</b>	<b>55</b>
5.1	<b>Ich im Team – Standortanalyse.....</b>	<b>56</b>
5.2	<b>Prioritäten setzen.....</b>	<b>56</b>
5.3	<b>Aufgabenverteilung.....</b>	<b>58</b>
5.4	<b>Teamleiter.....</b>	<b>58</b>

5.5	<b>Rollenverteilung im Team</b> .....	60
5.6	<b>Teambesprechungen – Audits</b> .....	62
5.6.1	Erste Teambesprechung .....	62
5.6.2	Zweite Teambesprechung (3-5 Tage später) .....	62
5.6.3	Dritte Teambesprechung (1 Woche später) .....	63
5.6.4	Vierte Teambesprechung (1 Woche später) .....	63
5.6.5	Fünfte Teambesprechung (1 Woche später) .....	63
6	<b>Arbeiten im Team</b> .....	67
6.1	<b>Teamarbeit</b> .....	68
6.2	<b>Teamentwicklung</b> .....	68
6.3	<b>Teamfähigkeit und Teamunfähigkeit</b> .....	69
6.3.1	Teamfähigkeit .....	69
6.3.2	Teamunfähigkeit .....	69
6.4	<b>Teamdynamik/Teamprozesse</b> .....	70
7	<b>Mobbing</b> .....	75
7.1	<b>Einleitung</b> .....	76
7.2	<b>Wie handelt man bei Mobbing?</b> .....	77
8	<b>Vorteile der Teamarbeit</b> .....	81
8.1	<b>Besserer Informationsfluss</b> .....	82
8.2	<b>Bessere Arbeitsatmosphäre</b> .....	83
8.3	<b>Bessere Kundenbeziehung</b> .....	84
9	<b>Arbeitseinstellung und Arbeitsmotivation</b> .....	87
9.1	<b>Chancen- oder Problemfelder?</b> .....	88
9.2	<b>Berufliche Veränderung?</b> .....	88
9.3	<b>Arbeitsmotivation?</b> .....	88
10	<b>Coaching</b> .....	95
10.1	<b>Allgemeines</b> .....	96
10.2	<b>Ablauf eines Coachings</b> .....	96
10.3	<b>Motivation</b> .....	98
11	<b>Teaoptimierung und Konfliktlösung</b> .....	103
11.1	<b>Teamanalyse</b> .....	104
11.2	<b>Konflikte erkennen und lösen</b> .....	107
11.2.1	Einleitung .....	107
11.2.2	Konflikte erkennen .....	108
11.2.3	Lösungsansätze bei Konflikten .....	110
11.3	<b>Tendenzen gegen den Teamgeist in der Apotheke</b> .....	112
11.4	<b>Weitere Störfaktoren und Problemfelder</b> .....	113
12	<b>Feedback</b> .....	117
12.1	<b>Allgemeines</b> .....	118
12.2	<b>Wozu Feedback?</b> .....	118

12.3	<b>Feedback geben.</b>	118
12.4	<b>Feedback nehmen.</b>	119
12.5	<b>360°-Feedback</b>	119
III	<b>Externe Kommunikation.</b>	123
13	<b>Kundenansprache und Beratung</b>	125
13.1	<b>Einleitung</b>	126
13.1.1	Sie- und Ich-Form	126
13.1.2	Eingefahrene Kommunikationsmuster.	126
13.1.3	Wortkombinationen für die direkte Kundenansprache.	127
13.2	<b>Allgemeines zur Kundenansprache.</b>	127
13.2.1	Betreten der Apotheke durch den Kunden	127
13.2.2	Begrüßung.	127
13.3	<b>Allgemeines zur Beratung</b>	128
13.3.1	Verabschiedung.	130
13.4	<b>Beratung konkret</b>	130
13.5	<b>Berater-Identitäten.</b>	132
14	<b>Kudentypen.</b>	137
14.1	<b>Modelle zur Kundentypeneinteilung</b>	138
14.2	<b>Unterschied Patient und Kunde</b>	140
15	<b>Umgang mit schwierigen Situationen</b>	143
15.1	<b>Einleitung</b>	144
15.2	<b>Ärger mit Kunden</b>	144
15.3	<b>Einwandbehandlung</b>	145
15.3.1	Vom Einwand zum beschleunigten Abschluss.	148
16	<b>Verkaufsabschluss.</b>	151
16.1	<b>Der richtige Zeitpunkt.</b>	152
16.2	<b>Verabschiedung.</b>	153
16.3	<b>Nach dem Verkauf ist vor dem Verkauf</b>	153
16.4	<b>Kleiner Wettbewerb der Zusatzverkäufe?</b>	154
17	<b>Kundenservice und Kundenzufriedenheit.</b>	157
17.1	<b>Kundenservice</b>	158
17.2	<b>Kundenzufriedenheit.</b>	160
17.3	<b>Kundenfeedback</b>	160
18	<b>Telefongespräche.</b>	163
18.1	<b>Einleitung</b>	164
18.2	<b>Sie rufen an</b>	166
18.3	<b>Sie werden angerufen</b>	166
18.4	<b>Während des Telefonats</b>	167
18.5	<b>Private Gespräche.</b>	168

19	<b>Empfehlungspakete und Zusatzverkäufe</b> .....	171
19.1	Erarbeitung von indikationsbezogenen Empfehlungspaketen (= Packages) im Team .....	172
19.2	Zusatzempfehlung .....	173
20	<b>Werbung und Marketing</b> .....	177
20.1	Einleitung .....	178
20.2	Apothekenaktion .....	179
20.3	Marktforschung .....	181
20.4	Bonussysteme und Co. ....	183
21	<b>Außenwirkung</b> .....	187
21.1	Eindruck der Apotheke .....	188
21.2	Balanced Scorecards .....	190
21.3	Verkaufsraum, Offizin .....	191
21.4	Schaufenster .....	194
22	<b>Erfahrungsbericht eines Pseudo Customer</b> .....	197
22.1	Einleitung .....	198
22.2	Ablauf eines Testkaufs .....	198
22.3	Nutzen .....	199
	<b>Glossar</b> .....	203
	<b>Bildnachweis</b> .....	207
	<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	211