

Umsatz- und Ertragssteigerung mit System

Modul 1

Einführung in die Thematik

1. Definition, Bedeutung und Gewichtung der einzelnen Erfolgsfaktoren
2. Ist-Analyse
3. Reorganisation
4. Informationsfluss
5. Marketing
6. Coaching

Modul 2

Außenwirkung und Innenwirkung der Apotheke auf Kunden

1. Mit dem Blick des Kunden
2. Rationale Wahrnehmungen
3. Emotionale Bindung oder Ablehnung
4. Corporate identity und corporate behavior

Modul 3

Kennzahlen und deren Interpretation

1. Rohertrag
2. Kundenkarten
3. Kundenbindung
4. Barverkaufs-Warenkorb
5. Packung/Kunde
6. Lieferfähigkeit
7. et cetera

Modul 4

Wichtigkeit von Zielen und Strategien

1. Leitbild und Zieldefinition
2. Strategie und Taktik
3. Strategische Ziele
4. Vermittlung von Zielen

Modul 5

Organisation der notwendigen Arbeitsprozesse

1. Organisationsgrad und Motivationslevel
2. Fehlerminimierung und Kostensenkung
3. Analyse und Optimierung
4. QMS – praktisch umgesetzt

Modul 6

Verbesserungen durch optimalen Informationsfluss

1. Kommunikation Leitung – Mitarbeiter
2. Herausforderungen bei Teilzeit, Urlaub oder Krankheit
3. Lösungsansätze
4. Bewertung der Systeme

Modul 7

Motivation von Mitarbeitern

1. Auswirkungen demotivierter Mitarbeiter
2. Motivation als Führungsaufgabe
3. Motivationsgrad
4. Monetäre Ansätze
5. Nicht-monetäre Ansätze

Modul 8

Marketing und Kundengewinnung

1. Aktuelle Marketingbedingungen
2. Beeinflussende Faktoren
3. Entwicklung von Strategien
4. Fragestellungen bezüglich der Strategien
5. Strategische Ausrichtungen

Modul 9

Bedeutung der persönlichen Weiterentwicklung von Mitarbeitern

1. Wertschätzung von Mitarbeitern
2. Mitarbeiterentwicklung
3. Persönlichkeitsentfaltung
4. Auswirkungen auf Kundengespräche und den Verkauf

Modul 10

Nachhaltiges HV-Coaching

1. Erwartungen der Kunden
2. Verkauf und Zusatzverkauf
3. Kommunikation
4. Erfolg in der Beratung
5. Umsatzsteigerung im OTC- und Ergänzungssortiment