

Der erste **Eindruck** und was wir damit auslösen.



Untersuchungsanlage: Persönliche Expertengespräche mit ...

T&R Pharma AG
Industrie Apotheke

... 12 Vertretern der Industrie, u.a. mit

... 6 Vertretern der Apotheken

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

1 «T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

Die zwei Schwerpunkt-Themen von heute

T&R Pharma AG

Trends und Entwicklungen im Markt

Jahresgespräche und partnerschaftliche Zusammenarbeit

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

2 «T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

Grösste Dynamik im Schweizer Apothekermarkt

T&R Pharma AG
Industrie Apotheke

Industrie

Apotheke

Fokussierung auf

- Preis
- Qualität
- Qualität & Preis
- keine Antwort

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

3 «T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

Filialisten und traditionelle Apotheken in 5 Jahren

T&R Pharma AG
Industrie Apotheke

KETTEN
positive Entwicklung

GRUPPIERUNG
stabile Entwicklung

SELBSTÄNDIGE
negative Entwicklung

ANDERE / NEUE
positiv(st)e Entwicklung

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

4 «T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

Mehrumsatz möglich durch
FREQUENZ-NUTZUNG

Industrie 64% Apotheke 60%

T&R Pharma AG
Industrie Apotheke

91% **100%**

«Der Handel spielt derzeit ein gefährliches Spiel: Auf der einen Seite fordert er von der Industrie zunehmend **Konditionen** und auf der anderen Seite fördert er **Eigenmarken**. Auf diese Weise wird der Industrie kontinuierlich „das Wasser abgegraben“...»

«Gemeinsame Werbung zusammen mit der Industrie: Die Industrie bewirbt ein Produkt wie z.B. Supradyn im TV und wir präsentieren das beworbene Produkt gleichzeitig im grossen Stil in der Apotheke, idealerweise kombiniert mit einer Aktion. Dies **funktioniert** nachweislich sehr gut für alle Beteiligten.»

Welche Kriterien sind wichtig für die Attraktivität eines Absatzkanals? (Top 5 aus 15)

T&R Pharma AG
Industrie Apotheke

- 1 Leistung/Gegenleistung (ROI)
- 2 Innovationsleistung Produkte
- 3 Marktstellung
- 4 Verkaufspunktgestaltung
- 5 Profilierung erste Anlaufstelle

● 2019 ● 2012

Skala von 1 = überhaupt nicht wichtig bis 10 = sehr wichtig

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

«T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

Kriterien, welche im Vergleich zu 2012 wichtiger wurden

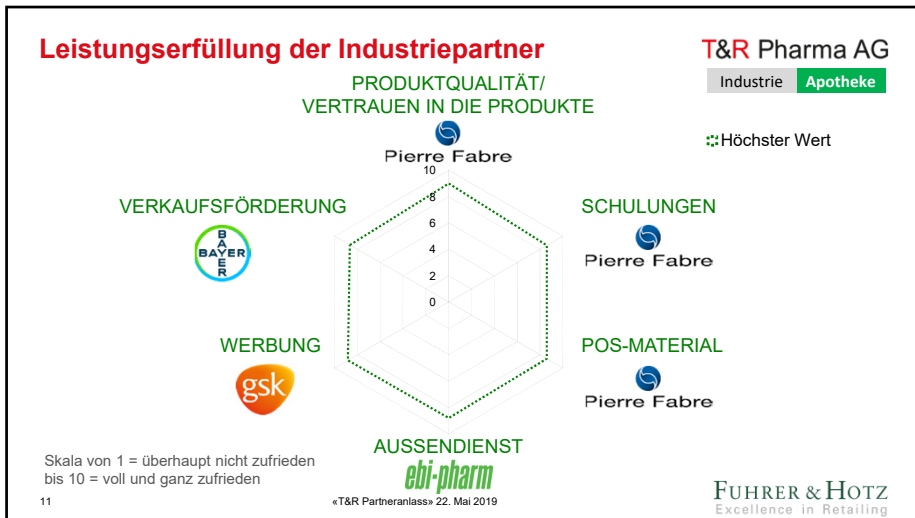
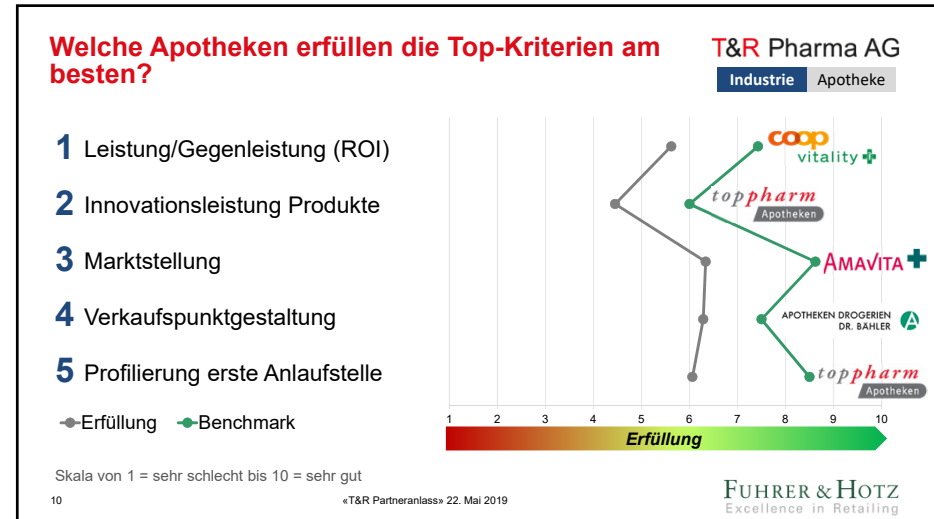
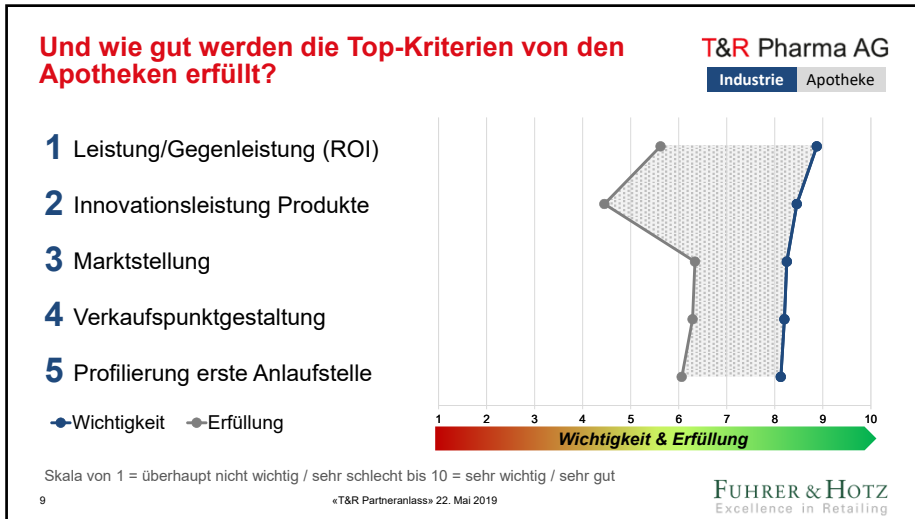
T&R Pharma AG
Industrie Apotheke

- LOGISTISCHE ASPEKTE
- STRATEGISCHE ASPEKTE
- SORTIMENTSBREITE/-TIEFE
- PROFILIERUNG ALS ERSTE ANLAUFSTELLE

Wichtigkeit

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

«T&R Partneranlass» 22. Mai 2019



- ### DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE
- 1 Die Industriepartner verspüren bei **Preis-fokussierten Formaten & Konzepten** aktuell die grösste Dynamik.
 - 2 In den nächsten Jahren werden aus Industriesicht vor allem **grosse Ketten** sowie **andere, neue Anbieter** (z.B. Online-Shops) Marktanteile gewinnen können.
 - 3 Die Generierung von Mehrumsatz in der Apotheke **ohne bessere Nutzung der Frequenz** ist heute kaum noch möglich.
 - 4 Die Attraktivität eines Absatzkanals hängt massgeblich von der **Leistung/Gegenleistung** sowie von der **Innovationsleistung auf der Produkte-Ebene** ab.
 - 5 Allgemein **am wenigsten zufrieden** zeigen sich die Industriepartner mit der **Innovationsleistung** der Apotheken.

Die zwei Schwerpunkt-Themen von heute T&R Pharma AG



Trends und Entwicklungen im Markt

Jahresgespräche und partnerschaftliche Zusammenarbeit

13 «T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

Was sich die Industrie-Partner von den Apotheken wünschen T&R Pharma AG

Industrie Apotheke



«Mehr Verhandlungsspielraum»

«Mehr Innovation, neue Ideen zulassen»

«Weniger auf Zahlen (Rendite, Konditionen) fokussiert»

Offene Antworten

14 «T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

Beurteilung der Zusammenarbeit / Partnerschaft T&R Pharma AG

Industrie Apotheke

«Vertrauen ist die Basis jeder erfolgreichen Geschäftsbeziehung und damit verbunden sind Kontinuität, Zuverlässigkeit und Innovationen.»

«Auch wenn es im Allgemeinen gut läuft, gibt es noch Verbesserungspotenzial wenn es darum geht, **gemeinsam etwas anzupacken** und auszuprobieren.»

«Wichtig ist eine faire und transparente partnerschaftliche Zusammenarbeit, die auf **Leistung und Gegenleistungen** beruht.»

«Die Partnerschaft basiert auf einer **monetären Basis**, was eine schwierige Partnerschaft darstellt...»

Offene Antworten

15 «T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

Kriterien, welche das Gesprächsergebnis am stärksten beeinflussen T&R Pharma AG

Industrie Apotheke



Verbale Kommunikation

Non-verbale Kommunikation (Körpersprache)


Einfluss auf Gesprächsergebnis-/erfolg

16 «T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

Massnahmen für erfolgreiche(re) Gespräche

T&R Pharma AG
Industrie Apotheke



«Die beidseitige, optimale Gesprächsvorbereitung ist das A und O.»

«Das Denken und Handeln sollte vermehrt die mittel- und langfristige Komponente einschliessen.»

«Für uns ist wichtig, die richtigen Gesprächspartner am Tisch zu haben, die entscheiden können und wollen.»

«Sinnvolle & keine hyperaktive Termin- & Jahresplanung.»

Offene Antworten

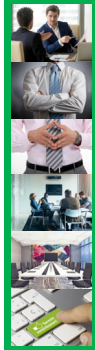
17

«T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

Massnahmen für erfolgreiche(re) Gespräche

T&R Pharma AG
Industrie Apotheke



«Ganz generell sollten Aussendienst-Besuche nicht länger dauern als 15-20 Minuten.»

«Pünktlich sein oder anrufen – das klappt aber nicht immer.»

«Die vielen Hochglanzprospekte könnte man sich sparen.»

«Ein zu aggressives und aufdringliches Auftreten schätze ich gar nicht und löst bei mir in der Regel eine gegenteilige Wirkung im Sinne von Widerstand aus.»

«Viele kommen einfach schon einmal zu häufig.»

Offene Antworten

18

«T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

Der erste Eindruck – Persönliches Vorgehen

T&R Pharma AG
Industrie Apotheke



«Man muss gut vorbereitet sein.»

«Unbedingt authentisch sein, ich bin wie ich bin.»

«Interesse für das Gegenüber und den Menschen als Ganzes (und nicht nur an der Sache).»

«Ich bin bereit und gewillt, jemandem eine zweite (oder dritte) Chance zu geben, den ersten Eindruck zu revidieren.»

Offene Antworten

19

«T&R Partneranlass» 22. Mai 2019

FUHRER & HOTZ
Excellence in Retailing

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

- Die Industrie wünscht sich von den Apothekern **mehr Innovation bzw. Begeisterungsfähigkeit** für neue Ideen. Die Jahresgespräche sollen zudem mehr **Platz für Verhandlungen** lassen und **weniger auf Zahlen fokussiert** sein.
- Die **verbale Kommunikation** hat aus Sicht der Lieferanten den grössten Einfluss auf den Gesprächserfolg.
- Obwohl die **Aussendienst-Besuche** allgemein als wertvoll erachtet werden, kommen die Aussendienst-Mitarbeiter aus Sicht der Apotheker immer mal wieder zur **Unzeit**, bleiben **zu lange** oder besuchen die Apotheken **zu oft**.
- Strategien für einen **guten ersten Eindruck** sind authentisch sein, eine gute Vorbereitung auf Gespräche oder das Zeigen von Interesse für das Gegenüber und den Menschen als Ganzes.