

PHARMA PRIVAT informiert aktuell zu E-plus

Start E-plus Promotion 2007

Erfolgreich wachsen mit der Kategorie „Auge“

Die E-plus Kooperation hat sich auf die Fahne geschrieben, mit der Wachstumskategorie Auge erfolgreich zu sein. Dieses Ziel gingen wir tatkräftig mit einer Schulungsreihe in diesem Januar an. Im Februar folgte der nächste Schritt mit der ersten Promotion-Aktion zum Thema „Entzündetes und trockenes Auge“.

Schloss-Apotheke, Schlossstraße 16, 66953 Pirmasens, Apotheker Jürgen Heintz



Schaufenstergestaltung trockenes und entzündetes Auge

In 8 Schulungen wurden insgesamt 330 TeilnehmerInnen aus den E-plus Apotheken zum Thema „Auge“ geschult. Neben einer Einführung in die Anatomie des Auges standen die Krankheitsbilder des entzündeten, allergischen und trockenen Auges im Vordergrund der Schulung. Die Möglichkeiten der Selbstmedikation und die Vorstellung der geplanten Promotion-Aktion stellten den zweiten inhaltlichen Schwerpunkt der Schulung dar. Die TeilnehmerInnen waren mit der Referentin, den Inhalten und der Organisation der Veranstaltung **zufrieden und die Erwartungen wurden vollständig erfüllt.**

Das erste Ziel ist damit erreicht worden: **In vielen E-plus Apotheken wurde die Aufmerksamkeit für diese Kategorie geweckt und ein erstes Be-**

wusstsein für das Umsatz- und Ertragspotenzial geschaffen.

Die aktiven Nutzer des Aktions-Angebotes wurden auf die Promotion-Aktion optimal vorbereitet. Ihre Anzahl ist ausreichend, um eine repräsentative Aussage über den Verkaufserfolg der Promotion-Aktion treffen zu können. Damit ist auch das zweite Ziel erreicht worden.

Über die Verkaufsergebnisse wird im nächsten E-plus Infoletter ausführlich berichtet. Jetzt liegen dazu noch keine Ergebnisse vor, denn augenblicklich befinden wir uns mitten in der aktiven Phase der Promotion-Aktion. Mit einer **Produktplatzierung im Aktuell-Regal „Winter“**, einer **Schaufensterdekoration** und einem **Aktionspaket** mit den verschiedensten Verkaufsförderungsmit-

teln ist eine optimale Unterstützung für die Beratung und den Verkauf am Point of Sale gewährleistet.

Es liegt nun am Beratungs- und Verkaufspersonal der E-plus Apotheken das Gelernte anzuwenden und die Verkaufsmaterialien im Gespräch einzusetzen. Aus den PHARMA PRIVAT-Regionen hat uns umfangreiches Bildmaterial über den

Inhalt

Seite 1 bis 3

Erfolgreich wachsen mit der Kategorie „Auge“

Seite 3

Neue Kooperationspartner E-plus Hersteller-Kooperationspartner

Seite 4

Mit E-plus auf die Studentebank E-plus Marketing-Seminar im Palais Biron Baden-Baden

Beilage Vorderseite

E-plus Kooperationspartner SIDROGA® und VALVERDE® informieren

Beilage Rückseite

E-plus Kooperationspartner Astellas Pharma bietet an

Umsetzungsstand der E-plus Promotion erreicht. Lassen Sie sich von einer Auswahl an Bildern inspirieren und zum Mitmachen anregen.

Apotheker Jürgen Heintz aus der Schloss-Apotheke in Pirmasens verfügt nicht nur über zwei große Schaufenster rechts und links der Eingangstür, sondern auch über **pfiffige Ideen** die Produktwerbung zu vervollständigen und die Schaufenster interessant zu gestalten – siehe Abbildungen Schaufenstergestaltung auf Seite 1 des E-plus Infoletters.

Die Bonifatius-Apotheke in Eschweiler hat sich dafür entschieden, die in der Karnevalszeit übliche Dekoration mit der E-plus Promotion zu verbinden – siehe Abbildungen Schaufenstergestaltung Bonifatius-Apotheke. In einer Region, die im direkten Einflussbereich des rheinländischen Karnevals liegt, ist es eine gelungene Idee, mit einem **aktuellen Thema** die Aufmerksamkeit der Einwohner von Eschweiler auf die angebotene Problemlösung zu lenken.

Ganz anders sieht es in Niedersachsen aus. Dort steht der Winter im Vordergrund und Frau Merete Sundholm aus der Stern-Apotheke in Peine stellt den Zusammenhang zu Meer und Eis her. Die **Pinguin-Bilder passen hervorragend** zum Dekorationsmaterial von Dr. Mann Pharma – siehe Abbildung Schaufenstergestaltung Stern-Apotheke.

Frau Knecht aus der Niederfeld-Apotheke hat ein kreatives Händchen für die Platzierung in den Regalen. Mit einer **Abbildung der Schaufenstergestaltung** hinter den platzierten Produkten stellt sie den Zusammenhang zum Schaufenster her, erhöht damit die Wiedererkennbarkeit der Werbung und weist auf die Problemlösung zum entzündeten und trockenen Auge hin – siehe Abbildung Regalplatzierung und Schaufenstergestaltung Niederfeld-Apotheke.

Karl-Eberhard Wolff
PHARMA PRIVAT
Leiter Marketing und Kommunikation

Bonifatius-Apotheke 52249 Eschweiler, Frau Apothekerin Dr. Anneliese Eggert



Schaufenstergestaltung trockenes und entzündetes Auge

Stern-Apotheke

Bodenstedtstraße 8, 31224 Peine, Apothekerin Dr. Barbara Dierich und Filialleiterin Apothekerin Merete Sundholm



Schaufenstergestaltung trockenes und entzündetes Auge

Niederfeld-Apotheke
 Niederfeldstraße 6, 67065 Ludwigshafen
 Apothekerin Marga Knecht



Schaufenstergestaltung trockenes und entzündetes Auge



Regalplatzierung trockenes und entzündetes Auge

Neue Kooperationspartner



Partner seit 1. Februar 2007

Die Deutsche Chefaro ist eine innovative OTC-Firma mit europäischem Zuschnitt über die Muttergesellschaft Omega Pharma. Mit den Marken **Akiba, Azaron, Femtest, Ibutop** und **Wartner** erweitert sie die Markenkraft der E-plus Kooperation.



Partner seit 1. Februar 2007

Die Stiefel Laboratorium GmbH hat ihren Schwerpunkt in der Kategorie Haare und Kopfhaut. Mit den Marken **Physiogel** und **Stieprox** erweitert sie nicht nur das E-plus Kernsortiment, sondern auch das Spektrum der E-plus Kategorien.

Krewel Meuselbach

Partner seit 1. Februar 2007

Mit den Marken **Aspecton** und **Bromhexin** ist Krewel-Meuselbach in West und Ost ein traditionsreiches Pharma-Unternehmen. Mit **Dolestan, Gargarisma, Hedelix, Mallebrin, Megalac, Regulax, Rivoltan** und **Texx** lässt sich diese Liste erweitern. Bei der Agilität und Marktorientierung dieses Unternehmens, lässt sich die eine oder andere Überraschung noch erwarten.

DR.THEISS

Partner seit 1. Februar 2007

Die Dr. Theiss Naturwaren GmbH ist ein erfolgreiches und expandierendes Unternehmen im Bereich der Naturarzneimittel. Mit der Olivenöl-Kosmetik ist dem Unternehmen ein Coup gelungen,

den kaum jemand für möglich gehalten hätte. Die E-plus Kooperation umfasst das **Bein- und Fußpflegesortiment Allgäuer Latschenkiefer** und die **Olivenöl-Kosmetik**.

E-plus Hersteller-Kooperationspartner

IMPRESSUM

Herausgeber:
PML - Pharma - Marketing
und Logistik G.m.b.H.
Postfach 33 40
38023 Braunschweig

Gestaltung und Redaktion:
Karl-Eberhard Wolff
Tel. (05 31) 5 90 21 90

Druck:
Systemedia GmbH
Pforzheim

Mit E-plus auf die Studentenbank

Die E-plus Indikationsschulung am 7. Februar 2007 wurde im Hörsaal des pharmazeutischen Instituts der TU-Braunschweig veranstaltet. 35 PharmaziestudentInnen nutzten diese Gelegenheit und ließen sich zusammen mit etwa 130 Schulungswilligen aus den E-plus Apotheken von Apothekerin Stark-Kreul trainieren. Zuerst aus der Not geboren – mit 207 Anmeldungen war der Seminarraum von Kehr hoffnungslos überbucht – erwies sich die Zusammenführung von Universität und Praxis als eine „tolle Idee“.

Schon seit vielen Jahren arbeitet die in Braunschweig ansässige Pharmagroßhandlung Kehr mit der Fachschaft des pharmazeutischen Instituts der TU-Braunschweig zusammen. Pro Semester werden üblicherweise zwei Schulungs-

wichtigen Stellenwert ein. In den Kategorien

- Indikation
 - Sortiment und Verkaufen
 - Merchandising
- werden abgestimmt auf die E-plus Promotion-Aktionen bundesweit in

den PHARMA PRIVAT-Großhandlungen Schulungen durchgeführt. Im Mittelpunkt der Bemühungen steht das Ziel, die E-plus Apotheken für den Verkauf im Beratungsgespräch fit zu machen. Pharmazeutisches Fachwissen, hohe Produktkenntnisse und Verkaufsgeschick werden miteinander verschmolzen zur Umsatz- und Ertragssteigerung der Apotheken.

Der zweite Schulungstermin für die restlichen 70 Anmeldungen wird am 10. April dann wieder im kehrschen Seminarraum stattfinden. Auch diese Schulung wird vom E-plus Kooperationspartner Hexal gesponsert.

Karl-Eberhard Wolff
PHARMA PRIVAT
Leiter Marketing und
Kommunikation



Auf den harten und kühlen Klappstühlen der TU-Braunschweig

termine organisiert, an denen den Pharmaziestudenten Wissen aus der Praxis in Apotheke und Arzneimittelhandel vermittelt wird. Mit den E-plus Apotheken und den Pharmaziestudenten eine Schulung durchzuführen, lag daher nahe.

Es wird zu prüfen sein, ob diese Gemeinschaftsaktion nicht Schule machen kann. Denn im Rahmen der E-plus Kooperation nimmt der **Baustein Schulungen** einen



Im abgedunkelten Hörsaal konzentrieren sich die Teilnehmer auf den Vortrag

E-plus Marketing-Seminar im Palais Biron Baden-Baden

Nach winterlicher Anfahrt über die Schwarzwaldhochstraße empfing mich das Palais Biron in Baden-Baden zum E-plus Seminar. Endlich mal ein Seminarort mit Charakter, nicht schnöde Sachlichkeit, sondern eleganter Jugendstil schaffen den nötigen Abstand zum Tagesgeschäft und machen den Geist frei für Neues. Neben den

Vertragsbestandteilen und der Regaloptimierung standen insbesondere aktuelle Trends im Bereich Warenplatzierung auf der Tagesordnung. Auch dem Thema Beleuchtung wurde der entsprechende Raum gewidmet. Eine angeregte Diskussion rundete diesen Nachmittag ab. Auf dem Heimweg stand fest – ein hervorragendes Seminar – der nächste Termin für das Palais Biron in Baden-Baden ist schon vorgemerkt.

Apotheker Dr. Roland Kröger
und Apothekerin Claudia Kröger
Klösterle-Apotheke
Bad Rippoldsau

Nächster Termin

8. März 2007, 13.00 Uhr

Programm

- Mit kleinem Werbebudget viel erreichen, Herr Sven Schmidt
- Aktiv – Marketing-Aktivitäten am Beispiel von A-plus Aktionen, Frau Gabriele Heim
- Hilfe, meine Aktionen finden keine Beachtung! Verbesserung der Platzierung und Erkennbarkeit, Herr Guido Sauer

Ebert+Jacobi Holdermann
GmbH & Co. KG

