

Erläuterung der Kriterien

LSP Großhandel Aktivitäten pro inhabergeführte Apotheke – wie tritt Ihr Großhändler für Sie branchenpolitisch ein, macht er sich für seine Partner (Kunden!), die Offizin-Apotheken stark? **Betreuung/Kontakt Innendienstbetreuung** – wie sieht es mit der Erreichbarkeit aus/müssen Sie lange auf einen Rückruf warten? Auch hier ist Kompetenz gefragt! **Außendienstbetreuung** – stimmen der Besuchsrythmus und die Kompetenz Ihres Betreuers? Geht er auf Wünsche ein oder schreibt er lieber Aufträge? **Online-Angebot** – können Sie den Großhandel online gut erreichen, werden Anfragen schnell und zuverlässig beantwortet? **Schulungen/Seminare** – sind die Angebote qualitativ ansprechend, praxisgerecht, decken Ihren Bedarf ab? **Warenbezug Verfügbarkeit/Lagerhaltung** – ist Ihr Großhändler mit allen, auch kontingentierten, Arzneimitteln gut versorgt, ist die Sortimentsbreite so gestaltet, dass Sie nur selten Defektmeldungen erhalten? **Lieferungen vollständig und pünktlich** – diese Punkte bedürfen keiner Erklärung **Laufzeiten/Verfall** – legt man Ihnen Arzneimittel in die Wanne, die Sie besser sofort abgeben sollten oder bei denen gar die Packungsgröße über das Verfallsdatum hinausreicht? **Reklamationsbearbeitung** – nimmt der Großhandel auch mal was auf die eigene Kappe, suchen die Großhandelsmitarbeiter mit Ihnen gemeinsam nach einer Lösung oder fühlen Sie sich abgewimmelt? **Preispolitik Zahlungsmodalitäten** – Können Sie die Zahlungsziele mit den Eingängen Ihres Rechenzentrums in Einklang bringen, sind die Skonti akzeptabel, ist eine (flexible) Liquiditätsplanung für Sie möglich? **Zusatzkosten** – welche Phantasie legt Ihr bevorzugter Großhändler bei Mindestlohn-, Diesel- und Mindermengen-Zuschlägen etc. an den Tag? Sind die einzelnen Positionen als Gesamtbetrag noch akzeptabel oder vollkommen überzogen? **Transparenz der Abrechnung** – ist die Großhandelsabrechnung leicht verständlich und nachvollziehbar – oder mit verwirrenden (Sonder-)Positionen gespickt?

LSP Kooperationen Betreuung Kommunikationsverhalten – Sind Sie stets frühzeitig und umfassend über die Projekte und Initiativen informiert? Wie gut funktioniert die Kontaktaufnahme zur Kooperation, wie ist es um die Zuverlässigkeit insgesamt bestellt? **Mitgestaltungsmöglichkeit** – werden Ihre Wünsche und Anregungen berücksichtigt, gibt es Mitsprachemöglichkeiten/ein Stimmrecht? **Seminare/Schulungen, Erfa-Gruppen** – wie gut ist es um die Vermittlung von fachlichem wie unternehmerischem Wissen bestellt, wird der Erfahrungsaustausch gefördert? **Betriebswirtschaftliche Unterstützung** – können Sie bei Bedarf Experten der Kooperation anfordern, um individuellen Rat zur Entwicklung Ihrer Apotheke zu erhalten? **Marketing Konzepte/Organisation** – wie ist Ihre Kooperation aufgestellt: Gibt es mittel- und langfristige Planung oder Schnellschüsse, die wenig durchdacht wirken? **Werbemittel** – wie steht es um die Frequenz der Aktionen, Qualität und Menge der Materialien – entsprechen diese den Anforderungen Ihres Standortes? **Ansprache der Kunden** – Erhalten Sie genug Materialien und können Sie diese einfach einsetzen? Werden diese auch von den Patienten/Kunden gut angenommen? **Wirtschaftliche Mehrwerte Einkaufskonditionen** – werden besonders gute Konditionen im Allgemeinen und mit speziellen Industriepartnern ausgehandelt? **Industriepartnerschaften** – ist die Zahl der Partnerschaften groß, finden Sie namhafte Unternehmen darunter? Sind die Leistungen unter diesem Stichwort für Sie attraktiv? **Kosten-/Nutzen-Verhältnis** – wie dick ist das Leistungspaket der Kooperation geschnürt und stehen die von Ihnen aufzuwendenden Mitgliedsbeiträge, etc. im Verhältnis dazu?

Ihr direkter Draht zur Redaktion Apotheke/Pharmazie:

■ Telefon: 0211 6698-153 ■ Fax: 0211 6698-197 ■ E-Mail: apotheke@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de

