

# SmartSurvey

Studie zur Beratung in Apotheken 2019



# Liebe Leserinnen und Leser,

Preiserosionen, Margendruck und künftige alternative Bezugsquellen im OTC-Markt sind zentrale Herausforderung der Apotheken.

Der Kunde wird beim Kauf von Produkten und Medikamenten immer stärker von Medien beeinflusst. Im Unterschied zu Selbstbedienungsgütern sind Arznei- und Gesundheitsmittel aber Produkte des Vertrauens. Eine umfassende Erstabklärung, persönliche Beratung, Empfehlungen und Hinweise von einer Fachperson schützen vor einem fatalen Fehlkauf.

Deshalb gilt: **«Fragen Sie Ihren Apotheker»** beim Kauf von Arzneimittel und Gesundheitsdienstleistungen bleibt auch in Zukunft die Beratung und der Aufbau von Vertrauen entscheidend!

Die Studie «Neue Rolle in Apotheken» von SmartConcept stellt die Beratung für Arzneimittel (Thema Berufsethik) sowie die Erbringung von Dienstleistungen im Gesundheitsservice auf den Prüfstand. Im Mystery Shopping Verfahren wurden anhand zweier Besuchsszenarien in verschiedenen Apotheken der Deutschschweiz die Umsetzung der neuen Rolle von Apotheken geprüft. Dabei galt der Fokus den Treibern für die Qualität der Beratung sowie der Dienstleistungserbringung. Sie geht auf detaillierte Punkte der Beratungsethik für Arzneimittel sowie des Prozesses für Gesundheitsservices (Blutdruckmessung) ein.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen.

**Ihr David Meloni**  
Inhaber & CEO





## Studien zur Beratung in Apotheken 2019

### **Ausgangslage**

Die Bevölkerung wächst, wird zunehmend älter und die Gesundheitskosten werden höher. Dabei kommt den Apotheken hierbei zukünftig eine wichtige Rolle im Gesundheitssystem zu. Die neue Rolle und zukünftigen Aufgaben verlangen nach neuen Kompetenzen.

### **Ziel der Studie**

Die Studie geht der Frage nach, inwieweit die Apotheken den neuen Anforderungen und Aufgaben als Gesundheitsdienstleister schon gerecht werden. Sie zeigt auf, welche Leistungen und Kompetenzen der Kunde bereits wahrnehmen kann und welche Lücken im Kundenkontakt und in der Beratung/Betreuung noch zu schliessen sind.

### **Methode**

Mystery Shopping: Mit einem vorgegebenen Szenario und einem strukturierten Fragebogen führen Mystery Shopper Testkäufe durch.



7

Apotheken  
Ketten



5

Standorte  
pro Kette



2

Test  
Szenarien



3

Wochen  
Feldphase

### Szenario Verkaufsethik

Testpersonen gaben vor, an einer Erkältung zu leiden und ein Medikament in der Werbung gesehen zu haben, welches er für seine Situation als geeignet hält. Als Zielsetzung soll das Szenario die Gründlichkeit der Erstabklärung und die daraus abgeleiteten Empfehlungen der Apotheke erfassen.

### Szenario Gesundheitsservice

Testpersonen gaben vor, regelmässig mit kurzen Schwindelanfällen und «Schwarz vor Augen» konfrontiert zu sein. Als Zielsetzung soll das Szenario die Gründlichkeit der Erstabklärung, das Anbieten einer Blutdruckmessung sowie die Empfehlungen daraus erfassen.



### Kurzfasit der Studie

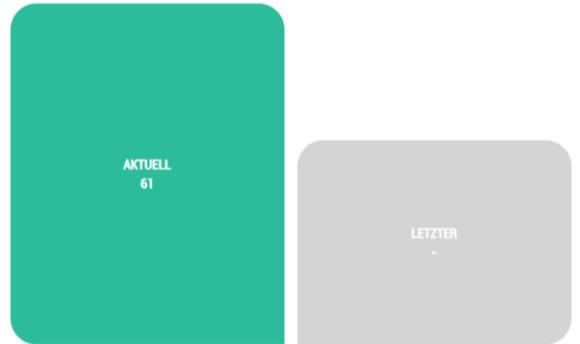
Der Weg zum gelebten, neuen Rollenbild der Apotheken ist noch „steinig“. Das „alte“ Rollenbild ist noch stark verankert. Der Verkauf von nachgefragten Medikamenten steht im Vordergrund. Gerade das zentrale Element der neuen Rolle, eine gründliche Erstabklärung, ist noch deutlich entwicklungsfähig.

# Executive Dashboard

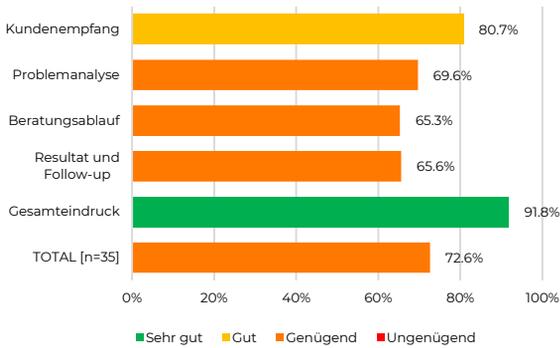
## RANGLISTE DER GESAMTRESULTATE



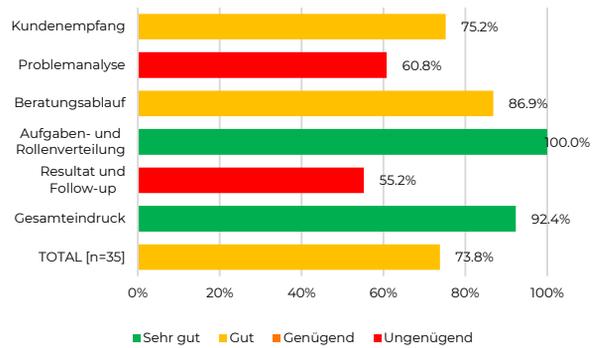
## Net Promoter Score® – TOTAL



## GESAMTERGEBNIS NACH SEKTIONEN Szenario Gesundheitsservice

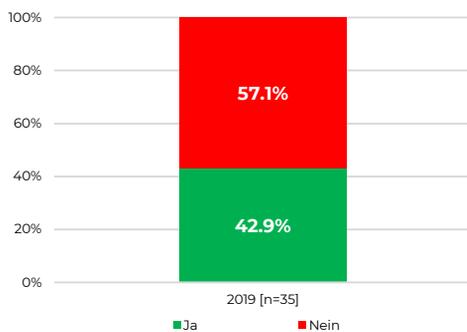


## GESAMTERGEBNIS NACH SEKTIONEN Szenario Verkaufsethik



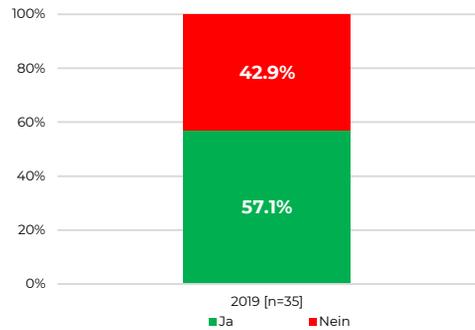
## EINZELFRAGE VERKAUFSETHIK

Die beratende Person fragte, ob der Kunde das Produkt kennt, bzw. schon einmal eingenommen hat.



## EINZELFRAGE GESUNDHEITSSERVICE

Die beratende Person fragte, wann der letzte Arztbesuch war.





**Bestellen Sie kostenlos die gesamte Studie**  
«Fragen Sie Ihren Apotheker»

**Gleich anfordern:** [info@smartconcept.ch](mailto:info@smartconcept.ch)

# Der Kunde im Mittelpunkt ... profund, kompetent und smart.

Mystery Research

Smart Audit

Customer Experience Management

Customer Feedback

Service Award



**SmartAudit**



**SmartCockpit**



**SmartResearch**



**SmartSurvey**

## Sie haben Fragen? Dann kontaktieren Sie uns.

Smart Concept AG  
Grabenwisstrasse 3  
8604 Volketswil

T +41 44 980 43 43

F +41 44 980 43 46

[info@smartconcept.ch](mailto:info@smartconcept.ch)

[www.smartconcept.ch](http://www.smartconcept.ch)

