



Marketing für **aktive** Kollegen

Warum der Taler die 3% aussticht Basismodul 6b

Viele Apotheker sind unsicher, warum der Taler **auch aus Kundensicht** viel interessanter ist als die klassischen 3% Rabatt bei der Kundenkarte. Sie sorgen sich zusätzlich, ob sie nicht nach der Umstellung mehr Kosten für Rabatte haben als zuvor.

Hierzu eine kleine Beispielrechnung:

Annahmen:

Der Kunde erhält für je 10€ im Nichtheilmittelbereich (Kosmetikartikel, Körperpflegeprodukte, Nahrungsergänzungsmittel) einen Taler.

Der Kunde nimmt einen Talerwert von 0,70€ an.

Die Kosten für einen Taler liegen für die Apotheke bei 0,35€.

Fall:

Frau Musterfrau kommt etwa zwei Mal im Monat in Ihre Apotheke. Im Folgenden ihre Einkäufe für Mai bis Juli:

Datum	Umsatz	erhaltene Taler
03. Mai	4 €	0
16. Mai	14 €	1
08. Juni	32 €	3
30. Juni	18 €	1
07. Juli	7 €	0
29. Juli	25 €	2
Summe:	100 €	7

Kundensicht:

Für je 10€ im Nichtheilmittelbereich erhalte ich 1 Taler. Dieser ist 0,70€ Wert. Also erhalte ich 7% Rabatt, **mehr als das doppelte des „alten“ 3% Kundenkartenrabattes**.

Apothekensicht:

Für 100€ hat Frau Musterfrau 7 Taler erhalten. Jeder dieser Taler kostet die Apotheke 0,35€. Also hat Frau Musterfrau 2,45€ Rabatt auf ihren 100€ Umsatz erhalten. Dies entspricht einem **Rabatt von 2,45%**, real also sogar etwas weniger als beim alten Kundenkartenrabatt.

Hinweis: Aus gesetzlichen Gründen dürfen beim Kauf von rezeptpflichtigen Arzneimitteln keine und beim Kauf von Heilmitteln (apothekenpflichtige Arzneimittel, freiverkäufliche Arzneimittel, Medizinprodukte) Taler im maximalen Gegenwert von 1 € gewährt werden. (siehe auch Rechtsmodul 8).

Haben Sie einen Fehler entdeckt? Haben Sie eine Idee oder andere Erfahrungen gemacht oder können Sie bestätigen, was Sie hier lesen? Dann würden wir uns über eine E-Mail an info@mak.de, ein Fax an 03601/851085 oder Ihren Anruf unter 03601/85100 freuen.