



Marketing für **aktive** Kollegen

Die Kooperationspartner

Kooperationsmodul 1

In diesem Modul geben wir Ihnen Tipps und Hinweise zum Finden von und zum Umgang mit Kooperationspartnern und Vereinen.

Kooperationspartner ermöglichen es Ihnen, sich den Taler durch **lokale Geschäftsleute subventionieren** zu lassen. Gleichzeitig machen Sie sich und Ihre Apotheke(n) im Ort noch stärker bekannt. So lässt sich Ihr Taler zur **lokalen Marke** ausbauen.

Dieser Prozess kann sich über einen längeren Zeitraum hinziehen. Gerade die Auswahl geeigneter **Partner, die Ihnen wirklich einen Vorteil bringen** kann hierbei Zeit und Mühe kosten.

Vereine hingegen sind vor allem wertvoll als „Spendenempfänger“ und somit als **Markenbotschafter** für Ihren Taler und Ihre Apotheke(n).

Attraktive Kooperationspartner finden Sie, wenn es Ihnen gelingt, die Geschäftsleute von den Vorteilen, die die Teilnahme an Ihrem System für diese hat, zu überzeugen. Die Kooperationspartner müssen verstehen, dass **Sie** es sind, der ihnen neue Kunden bringt und der kostenlos Werbung für ihr Geschäft macht. Die Kooperationspartner müssen auch verstehen, dass die **einzige Gegenleistung die Sie erwarten** ist, dass der Wert der Prämien in den Augen des Kunden mindestens das Doppelte dessen ist, was Sie dem Kooperationspartner dafür bezahlen. Machen Sie den Kooperationspartnern klar, dass auch ihr eigener Erfolg vom Wert der Prämien abhängig ist. **Arbeiten Sie mit keinem Partner zusammen, der das nicht begreift.**

Ein Kooperationspartner, der unattraktive Prämien gibt, dessen Mitarbeiter schlecht informiert sind, der Prämien, die er ausgelobt hat, nicht zur Verfügung hat oder der gegen Taler etwas anderes ausgibt, als mit Ihnen abgestimmt (leider oft Taler mit dem Wert, den Sie ihm bezahlen in Zahlung nimmt), können Sie nicht gebrauchen. Bei diesen Kooperationspartnern werden nur wenige Kunden Taler einlösen mit dem Ergebnis, dass **das System bei ihm keinen Erfolg hat** und er es dann bei anderen auch noch **schlecht redet**.

Wenn die Kooperationspartner für Taler nicht speziell ausgesuchte Prämien die Sie subventionieren ausgeben, besteht die Gefahr, dass das, was der Kunde für seinen Taler erhält, nur dem entspricht, was der Apotheker dem Kooperationspartner bezahlt. Das ist natürlich **nicht Sinn der Sache**, denn dann wird es entweder für den Apotheker teuer oder der Taler wird in den Augen des Kunden abgewertet, weil die Prämie zu billig ist. Denn nun kann der Kunde nachvollziehen, wie viel Euro bzw. Cent der Kooperationspartner pro Taler in Ansatz bringt.

Aber – Kein Kooperationspartner wird es sich leisten können sein gesamtes Sortiment zu subventionieren. Daher ist es das Beste, wenn Kooperationspartner nur **Prämien verwenden, die der Kunde für wertvoller hält, als sie kosten**. Prämien sollen **dem Kooperationspartner zusätzliche Kunden zuführen**, die außer nur den Taler einzulösen, bei ihm noch weiteren Umsatz machen. Nur dann wird der Kooperationspartner auf Dauer bereit sein, **Taler zu subventionieren**, indem er Ihnen weniger in Rechnung stellt, als er dafür ausgibt.

Für eine Gaststätte eignet es sich ein Getränk, z.B. ein Bier, gegen Taler anzubieten, und zwar nur ein Glas pro Gast und pro Besuch. Dann besteht die Chance, dass der Gast entweder

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.



Marketing für **aktive** Kollegen

mehr Bier bestellt, das er dann bezahlt, andere Gäste mitbringt, die bezahlen oder sein Essen dort einnimmt, für das er dann bezahlt.

Einkaufsgutscheine als Prämien?

Einkaufsgutscheine werden als Talerprämien sehr gut vom Kunden angenommen. Entweder handelt es sich um Gutscheine der Apotheke oder auch von Kooperationspartnern, z.B. Tankgutscheine. **Hiervon raten wir Ihnen allerdings immer wieder ab.**

Für einen Gutschein müssen Sie dem Kooperationspartner meist mindestens 80 Prozent des aufgedruckten Wertes bezahlen. Gibt der Kooperationspartner dagegen eine Prämie, so erreichen fast alle Apotheken bei ihren Kooperationspartnern, dass der Wert der Prämie in den Augen des Kunden mindestens das Doppelte dessen beträgt, was an den Kooperationspartner bezahlt werden muss. **Mit einem Gutschein haben Sie somit die doppelten Kosten oder, anders ausgedrückt, den halben Nutzen.**

Bietet Ihnen der Kooperationspartner Einkaufsgutscheine für die Hälfte des Wertes oder knapp darüber, sieht die Sache natürlich anders aus. Dann haben Sie hohe Akzeptanz beim Kunden mit niedrigen Kosten. Der Kooperationspartner wird als seinen Nutzen eine **erhebliche Frequenzerhöhung** durch Ihre Talerkunden spüren.

Wenn es einem von Ihnen gelungen ist mit Kooperationspartnern eine solche Vereinbarung zu treffen, würde es uns freuen, wenn Sie uns darüber berichten würden.

Gutscheine Ihrer Apotheke gegen Taler zu geben ist im Verhältnis Kosten-Nutzen ähnlich wie oben beschrieben. Für die Ware Ihrer Freiwahl zahlen Sie 70 bis 80 Prozent des Wertes dessen, was Sie auf den Gutschein schreiben müssen. Eine Prämie sollte aber in den Augen des Kunden das Doppelte an Wert haben, wie Sie dafür ausgeben.

Also: Keine Einkaufsgutscheine für Taler.

Kooperationspartner in Schulnähe

Ein Kollege berichtete, er habe sehr großen Erfolg mit Kooperationspartnern, die **in der Nähe von Schulen** gelegen seien. Er habe z.B. ein Café bzw. eine Bäckerei als Kooperationspartner gewinnen können, bei der ein Großteil der Schüler ihr Pausenbrot nun mit Talern bezahlt. Sicher können Sie sich vorstellen, dass dies in kurzer Zeit bei jedem Schüler der Schule bekannt ist. Die **Schüler werden deshalb Eltern, Großeltern, Onkel und Tanten mobilisieren, für einen regen Zufluss an Talern zu sorgen**, damit das tägliche Pausenbrot nicht gefährdet ist.

Hier zeigen sich wieder einmal die **unschlagbaren Vorteile** des Bonus-Taler-Konzeptes. Vorteile, die kein anderes Bonuskonzept bietet, nämlich die durch Einbeziehung von Kooperationspartnern **für jede Zielgruppe passende Prämie** und die **Übertragbarkeit des Bonusanspruches** (Taler) vom Apothekenkunden auf einen Dritten. Damit können Sie **Multiplikator- Effekte** erreichen, die einzigartig sind.

Voraussetzung ist natürlich, dass Sie Ihre Chancen nutzen und **geeignete Kooperationspartner und Prämien** zum Einsatz bringen. Dann werden Sie, selbst dann wenn jede andere

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.



Marketing für **aktive** Kollegen

Apotheke am Ort ein (anderes) Bonuskonzept hat, wie das inzwischen bei unserer Partner-Apotheke in Mühlhausen der Fall ist, die Konkurrenz nicht spüren. Es ist deshalb wichtig, bei Neuerungen im Handbuch diese auch wirklich zu lesen, um davon **im vollen Umfang profitieren zu können**.

Damit der Bonus-Taler schneller bekannt wird, ist auch eine **Werbung bei den Kooperationspartnern** wichtig. Dies kann mit Aufklebern und mit Plakaten geschehen, die Sie über die MAK beziehen können. Fast alle Kooperationspartner akzeptieren, dass man bei ihnen im Schaufenster oder an der Tür einen **Aufkleber** anbringt. Die **Plakate**, mit denen die Kooperationspartner ihre Prämien leichter bewerben können, werden am besten dort mit einem Klappaufsteller oder mit einem Wechselrahmen, den der Kooperationspartner ins Schaufenster hängen kann, abgegeben. Dies wirkt **professioneller** und verbessert die Akzeptanz erheblich.

Kooperationspartner im Schaufenster bekannter machen

Um die Prämien der Kooperationspartner attraktiver und die Kooperationspartner bekannter zu machen, hat sich bewährt, deren **Prämien zusammen mit einem Hinweis auf die Firma des Kooperationspartners im Schaufenster der Apotheke auszustellen**. Sie erreichen dadurch, dass mehr Kunden die Kooperationspartner aufsuchen. Diese haben **mehr Erfolg** mit Ihrem Taler-System und sind dann bereit niedrigere Vergütungen für Taler zu akzeptieren oder attraktivere Prämien zur Verfügung zu stellen. Außerdem werden andere potenzielle Kooperationspartner auf Sie aufmerksam.

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.