



Marketing für **aktive** Kollegen

Werbekosten richtig vergleichen Zusatzmodul 8

Einige Kollegen berichten, dass seit der Einführung des Talerkonzeptes ihre Werbekosten deutlich gestiegen seien. Wenn Sie vorher jedem Kunden eine Zugabe gegeben haben, sollte das eigentlich **nicht der Fall** sein.

Schließlich **beteiligen sich ja die Kooperationspartner an den Kosten** und außerdem kann, weil sich der Kunde seine Prämie, sprich Zugabe, selbst aussucht, oft mit billigeren Prämien oder Sammelprämien **für weniger Geld mehr bewirkt werden**. (siehe hierzu auch: Basismodul 6b)

Was viele Kollegen bei dem Vergleich der Werbekosten übersehen ist, dass sie vorher jedem Kundenkartenkunden 3 % Rabatt gegeben haben. Bei manchen Apotheken hatten **40 % der Kunden und mehr eine Kundenkarte**. Nun können Sie anhand Ihrer BWA den Barverkauf ermitteln, dies mit der Prozentzahl der Kunden, die mit Kundenkarte einkaufen multiplizieren und diese Zahl wieder mit 3 % multiplizieren. Dann haben Sie die Summe, die früher als **Kundenkarten-Rabatt direkt von Ihrem Rohgewinn abging**. Um einen korrekten Vergleich der Werbekosten Taler/kein Taler zu erhalten, muss **diese Zahl natürlich Ihren ehemaligen Werbekosten zugerechnet werden**.

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.