

# Der smarte Link

zum Kunden

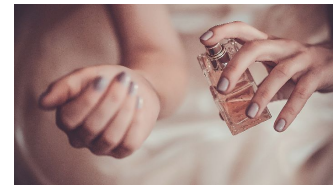
Die smarte Apotheke ist längst in greifbare Nähe gerückt, wie jüngst die Expopharm gezeigt hat. So richtig anfreunden kann sich damit zwar noch nicht jeder Apotheker. Doch müssen selbst Skeptiker zugeben, dass die Digitalisierung in etlichen Bereichen der Apotheke – beispielsweise in der Warenwirtschaft – nicht mehr wegzudenken ist. Etwas anders sieht es allerdings aus, wenn es um die Kommunikation mit den Apothekenkunden geht: Digitale Techniken finden hier bis dato nur zögerlich Verbreitung. Warum das so ist, lässt sich durchaus nachvollziehen. Apotheke und Kunde, das ist nun einmal ein ganz spezielles Verhältnis. Der persönliche Kontakt hat dabei ganz besondere Bedeutung: Miteinander sprechen, Probleme lösen, Empathie zeigen gegenüber den Patienten – dies alles steht in der Apotheke traditionell obenan. Allein der Gedanke daran, mit den Kunden in digitalen Kontakt zu treten, schreckt so manchen ab. Kein Wunder also, dass sich viele Apotheken in der elektronischen Kommunikation mit den Kunden bislang auf E-Mails, Newsletter und eventuell eine App beschränken. Dabei gibt es durchaus weitergehende Möglichkeiten, wie unser Titelthema zeigt. Das Plus dabei: Wer sie einsetzt, wird nicht nur junge Kunden stärker für seine Apotheke interessieren; Studien zufolge ist nämlich gerade die Generation 60 plus rege unterwegs in der digitalen Welt. Und dies, so finden wir, sollte Apotheken durchaus motivieren für die smarte Kommunikation.

Ihre

*Gabi Kannmüller*



GABI KANNMÜLLER // CHEFREDAKTEURIN



### Zertifizierte Fortbildung

[www.apotheker-und-marketing.de/duft](http://www.apotheker-und-marketing.de/duft)

Testen Sie Ihr Wissen zu Duftstoffen als Allergenen und sichern sich einen Fortbildungspunkt.



### DAS APOTHEKER FORUM

[www.apotheker-und-marketing.de/daf](http://www.apotheker-und-marketing.de/daf)

Sie wollen wissen, wie die Kollegen denken? Im Web finden Sie alle Ergebnisse der Umfragen in DAS APOTHEKER FORUM.