

Inhaltsverzeichnis

I	Grundlagen der Kommunikation	1
1	Grundlagen	3
1.1	Einführung.....	4
1.2	Verbale und nonverbale Kommunikation.....	6
1.2.1	Verbale Kommunikation.....	6
1.2.2	Nonverbale Kommunikation.....	8
1.3	Kommunikationsmodelle.....	9
1.3.1	Theorien.....	9
2	Gespräche	15
2.1	Ich-Botschaften.....	16
2.2	Themenzentrierte Interaktion (TZI).....	17
2.3	Konfliktarme Gesprächsführung.....	19
2.4	Unterschied zwischen Sach- und Beziehungsebene.....	21
2.5	DISG (dominant initiativ stetig gewissenhaft).....	22
2.6	Gespräche untereinander.....	23
2.6.1	Gesprächsatmosphäre, Ort und Zeit.....	24
2.7	Fragetechniken.....	25
2.7.1	Offene Fragen.....	25
2.7.2	Geschlossene Fragen.....	27
2.7.3	Alternativfragen.....	27
3	QM und ABDA	31
3.1	Audit und Zertifizierung.....	32
3.2	Qualitätsmanagement.....	32
3.2.1	Einführung eines Qualitätsmanagementsystems.....	33
3.3	ABDA-Leitlinien.....	34
3.4	Qualitätssicherung.....	35
II	Interne Kommunikation	39
4	Teamgrundlagen	41
4.1	Einleitung.....	42
4.2	Ausgangslage / Startpunkt.....	42
4.3	Definition und Merkmale eines Teams.....	44
4.4	Das ideale Team.....	45
4.5	Teamleitbild.....	50
5	Strukturen im Team	55
5.1	Ich im Team – Standortanalyse.....	56
5.2	Prioritäten setzen.....	56
5.3	Aufgabenverteilung.....	58
5.4	Teamleiter.....	58

5.5	Rollenverteilung im Team	60
5.6	Teambesprechungen – Audits	62
5.6.1	Erste Teambesprechung	62
5.6.2	Zweite Teambesprechung (3-5 Tage später)	62
5.6.3	Dritte Teambesprechung (1 Woche später)	63
5.6.4	Vierte Teambesprechung (1 Woche später)	63
5.6.5	Fünfte Teambesprechung (1 Woche später)	63
6	Arbeiten im Team	67
6.1	Teamarbeit	68
6.2	Teamentwicklung	68
6.3	Teamfähigkeit und Teamunfähigkeit	69
6.3.1	Teamfähigkeit	69
6.3.2	Teamunfähigkeit	69
6.4	Teamdynamik/Teamprozesse	70
7	Mobbing	75
7.1	Einleitung	76
7.2	Wie handelt man bei Mobbing?	77
8	Vorteile der Teamarbeit	81
8.1	Besserer Informationsfluss	82
8.2	Bessere Arbeitsatmosphäre	83
8.3	Bessere Kundenbeziehung	84
9	Arbeitseinstellung und Arbeitsmotivation	87
9.1	Chancen- oder Problemfelder?	88
9.2	Berufliche Veränderung?	88
9.3	Arbeitsmotivation?	88
10	Coaching	95
10.1	Allgemeines	96
10.2	Ablauf eines Coachings	96
10.3	Motivation	98
11	Teamoptimierung und Konfliktlösung	103
11.1	Teamanalyse	104
11.2	Konflikte erkennen und lösen	107
11.2.1	Einleitung	107
11.2.2	Konflikte erkennen	108
11.2.3	Lösungsansätze bei Konflikten	110
11.3	Tendenzen gegen den Teamgeist in der Apotheke	112
11.4	Weitere Störfaktoren und Problemfelder	113
12	Feedback	117
12.1	Allgemeines	118
12.2	Wozu Feedback?	118

12.3	Feedback geben	118
12.4	Feedback nehmen	119
12.5	360°-Feedback	119
III	Externe Kommunikation	123
13	Kundenansprache und Beratung	125
13.1	Einleitung	126
13.1.1	Sie- und Ich-Form	126
13.1.2	Eingefahrene Kommunikationsmuster	126
13.1.3	Wortkombinationen für die direkte Kundenansprache	127
13.2	Allgemeines zur Kundenansprache	127
13.2.1	Betreten der Apotheke durch den Kunden	127
13.2.2	Begrüßung	127
13.3	Allgemeines zur Beratung	128
13.3.1	Verabschiedung	130
13.4	Beratung konkret	130
13.5	Berater-Identitäten	132
14	Kundentypen	137
14.1	Modelle zur Kundentypeneinteilung	138
14.2	Unterschied Patient und Kunde	140
15	Umgang mit schwierigen Situationen	143
15.1	Einleitung	144
15.2	Ärger mit Kunden	144
15.3	Einwandbehandlung	145
15.3.1	Vom Einwand zum beschleunigten Abschluss	148
16	Verkaufsabschluss	151
16.1	Der richtige Zeitpunkt	152
16.2	Verabschiedung	153
16.3	Nach dem Verkauf ist vor dem Verkauf	153
16.4	Kleiner Wettbewerb der Zusatzverkäufe?	154
17	Kundenservice und Kundenzufriedenheit	157
17.1	Kundenservice	158
17.2	Kundenzufriedenheit	160
17.3	Kundenfeedback	160
18	Telefongespräche	163
18.1	Einleitung	164
18.2	Sie rufen an	166
18.3	Sie werden angerufen	166
18.4	Während des Telefonats	167
18.5	Private Gespräche	168

19	Empfehlungspakete und Zusatzverkäufe	171
19.1	Erarbeitung von indikationsbezogenen Empfehlungspaketen (= Packages) im Team	172
19.2	Zusatzempfehlung	173
20	Werbung und Marketing	177
20.1	Einleitung	178
20.2	Apothekenaktion	179
20.3	Marktforschung	181
20.4	Bonussysteme und Co.	183
21	Außenwirkung	187
21.1	Eindruck der Apotheke	188
21.2	Balanced Scorecards	190
21.3	Verkaufsraum, Offizin	191
21.4	Schaufenster	194
22	Erfahrungsbericht eines Pseudo Customer	197
22.1	Einleitung	198
22.2	Ablauf eines Testkaufs.	198
22.3	Nutzen	199
	Glossar	203
	Bildnachweis	207
	Stichwortverzeichnis	211

Kommunikation - Erfolgsfaktor in der Apotheke
Kundengespräche, Teambildung, Wirkung der Apotheke
Beer, M.; Rutschke, R.
2011, XII, 216 S. 71 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-642-17159-8