

Im Focus der expopharm Impuls: Digitale Kundenbindung

Eschborn (31. August 2020) – Digitale Kommunikations- und Vertriebskanäle gewinnen immer mehr an Bedeutung – auch in der Apothekenbranche. Deswegen wird digitale Kundenbindung ein übergeordnetes Thema der expopharm Impuls sein. Dieses völlig neue Online-Event findet vom 5. bis 8. Oktober 2020 statt und wird weitreichende Impulse für den Apothekenmarkt setzen.

Marketing-Experten, Anbieter von digitalen Lösungen und Praktiker aus der Apotheke gehen gemeinsam der Frage nach, welche Instrumente die Apotheken vor Ort nutzen können, um Kunden an sich zu binden und neue Kundengruppen zu erschließen. Wie können sie Patienten Mehrwerte bieten und Therapien unterstützen? Wo empfiehlt sich eine Zusammenarbeit mit pharmazeutischen Herstellern?

Die expopharm Impuls bietet hierzu konkrete Anregungen und gibt zudem Anstöße, sich schon früh mit den Potenzialen neuer Technologien zu beschäftigen. Folgende Themen stehen vor allem im Fokus: Ausbau der Online-Kommunikation, Präsenz und Reichweite auf Social-Media-Kanälen und auch die Potenziale von Newslettern und Couponing. Ebenso werden aktuelle Perspektiven zu E-Rezept, künstliche Intelligenz und Telepharmazie sowie Online-Shops und Online-Marktplätzen für Apotheken aufgezeigt.

Das detaillierte Programm der expopharm Impuls ist ab 4. September 2020 unter www.expopharm-impuls.de einsehbar. Ab dann können sich Teilnehmer auch registrieren, die Teilnahme ist kostenfrei.

Wer Entscheidungen für seine Apotheke trifft, will vorab wissen, ob bestimmte Marketinginstrumente sich überhaupt für Apotheken eignen, ob sie zum besonderen pharmazeutischen Anspruch passen und von den Kunden akzeptiert werden. Wer könnte darüber besser Auskunft geben als Apothekerinnen und Apotheker, die damit bereits Erfahrungen gemacht haben? Expopharm Impuls lässt sie zu Wort kommen. Hier ein paar Beispiele aus dem Programm:

Apothekeninhaber Stephan Torke weiß, wie schwer sich Apotheker als Heilberufler manchmal mit dem Marketing tun. Doch er ist überzeugt: „Gute Beratung reicht nicht mehr aus, um gegen den Versandhandel zu bestehen. Heute braucht es gutes Marketing.“ Torke wird im Studio von expopharm Impuls bei Apostore zu Gast sein und in seinem Impulsvortrag eine Vielzahl geeigneter Möglichkeiten für mehr Sichtbarkeit und Gewinn aufzeigen.

Auch Apothekeninhaber Gerrit Nattler spricht aus Erfahrung, wenn er mit Kolleginnen und

Kollegen über kritische Fragestellungen beim Aufbau eines eigenen regionalen Online-Shops spricht. Wie startet man professionell mit einem Shop und wann macht eine Plattform Sinn? Nattler stellt sowohl die Erfolgsfaktoren dar als auch mögliche Hürden. Seite 2

Apothekeninhaber Wolfgang Wittig und Marketing-Fachmann Sebastian Neumann sehen bei der Nutzung von Social Media durch Apotheken noch viel Luft nach oben. Viele der digitalen Ansätze sind für Kunden einfach nicht sichtbar genug; die Stärken einer Apotheke und das vorhandene Fachwissen bleiben unbeachtet. Wie es besser laufen könnte, erläutern Wittig und Neumann in ihrer Online-Veranstaltung.

Ein weiteres wichtiges Thema in Sachen Kundenbindung sind Newsletter. Digital Healthcare Specialist Nils Schatz vermittelt anhand von Best Practise-Beispielen einen Überblick – angefangen von der Zielsetzung über den Arbeitsaufwand bis zur praktischen Umsetzung und den Kosten. Auch rechtliche Hinweise fehlen nicht, wenn er mit seinem Vortrag im Studio von expopharm Impuls bei CGM Lauer zu Gast ist.

Über expopharm Impuls und expopharm:

Das digitale Format expopharm Impuls wurde von der Avoxa Mediengruppe entwickelt, die alljährlich auch die Fachmesse expopharm ausrichtet. Diese internationale Messe ist der Treffpunkt für die Apothekenbranche schlechthin. Aufgrund der Corona-Pandemie wurde die expopharm in diesem Jahr allerdings abgesagt. Um den Apothekenmarkt dennoch voranzubringen, konzipierte die Avoxa Mediengruppe die expopharm Impuls.