

„Eh nur ein Aspirin“ – die Story hinter dem Wunsch

„Ein Aspirin bitte!“ Die Kundin wirkt genervt, gestresst, sie will nur ihre Packung und dann raus hier. Wie groß ist da die Versuchung, einfach in die Lade zu greifen und ein Packerl – „Brause oder normale?“ – „Naa, normal!“ – „Die Große oder die klaane?“ – „Nana, die Klaane reicht mir!“ – rüber zu reichen, einfach, weil er sie eilig hat und es so auch schnell geht?

Aber halt: Sind Sie sicher, dass Sie dieser Kundin jetzt gerade etwas Gutes tun? Dass Sie ihr wirklich helfen mit dem Aspirin? Oder



Tara-Serie

von Mag. pharm.
Klaus Schirmer

könnte es sein, dass Sie gerade Ihren Auftrag vergessen haben vor lauter Eile, und in Wirklichkeit gerade eine kleine Katastrophe auslösen? Sie glauben das nicht? Und was, wenn eben dieses Aspirin von einer Schwangeren eingenommen

wird, 3 x am Tag? Oder von einer Dialysepatientin? Oder die gestresste Kundin hat einen angegriffenen Magen? Oder Leberprobleme? Oder Asthma? Oder sie will es ihren Kindern geben? Oder oder oder ...

Wurscht? Dann brauchen Sie nicht weiter zu lesen, dann werden Sie diese Gefahren ohnehin so lange ignorieren, bis Sie eines Tages dafür „d´rankommen“.

Nicht wurscht? Nein, das ist es auch nicht! Ich will hier keine Drohbotschaften verbreiten („Achtung, Achtung, Gefahr, Nebenwirkung, Interaktion, Verantwortung ...!“), aber ein gewisses Maß an Professionalität darf Ihre Kundin von Ihnen erwarten.

Minimalberatung muss sein!

Dazu gehört, dass Sie – trotz allem Stress und Zeitdruck – zumindest in Erfahrung bringen, ob es für ihn selbst oder für jemand anderen gedacht ist. Z.B. können Sie ein Glas Wasser anbieten für die sofortige Einnahme, dann schlagen Sie zwei Fliegen mit einer Klappe: Ist es für sie selbst, schaffen Sie einen echten Mehrwert und haben Zeit gewonnen, um noch die wichtigsten Informationen anzubringen. Bringt sie es für jemand anderen mit, ist der Hinweis wichtig, dass Sie für Schwangere, Asthmatiker, Magenpatienten usw. andere Möglichkeiten zu bieten

Auch wenn Ihre KundInnen scheinbar keine Zeit für ein Beratungsgespräch haben, verzichten Sie zumindest nicht auf das Wichtigste!!

hätten, die Sie bei dieser Gelegenheit gleich mit vorstellen können.

Nicht immer, aber ...

Wenn Sie Pech haben (das gibt es, aber viel seltener, als Sie annehmen), dann wird alles abgelehnt. Schade, sie hatte eine faire Chance! Aber, und das ist IHR Erfolg, sie hat wenigstens gelernt, dass sie IHNEN nicht gleichgültig ist, und vielleicht ist sie schon morgen bereit, Ihren Rat anzuhören und ihm zu folgen.





... es lohnt sich

Wenn Sie Glück haben (das gibt es auch, öfter als Sie es meistens empfinden), dann wird Ihre Kundin hellhörig und geht auf Ihr Angebot ein. Dann erfahren Sie vielleicht, dass sie ihre Magenschmerzen schon seit Jahren mit Aspirin in den Griff zu bekommen versucht, oder dass sie es wegen ihrer zahlreichen Geschäftsreisen nimmt, oder weil sie gehört hat, es sei so gut „für's Blut“, oder einfach weil ihr noch nie jemand eine Alternative gezeigt hat.

... was, wenn dieses Aspirin von einer Schwangeren eingenommen wird, 3 x am Tag? Oder von einem Dialysepatienten? Oder der gestresste Kunde hat einen angegriffenen Magen?

Glauben Sie mir, es gehört zu den ganz, ganz großen Erfolgserlebnissen, solche Missverständnisse aufzuklären, solche Anwendungsfehler zu verhindern und auf der Kundenseite neues Verständnis und neue Einsicht zu spüren.

Dafür lohnt es sich, täglich zu kämpfen, dafür sind Sie da, dafür brauchen wir Sie, wir und Ihre Kundinnen! Viel Erfolg!

*Dr. Klaus Schirmer
Wüstenrotstraße 1
9500 Villach*