

De 'cross selling' kan meer trafiek genereren

Onze patiënten hebben vandaag diverse mogelijkheden om aan geneesmiddelen en verzorgingsproducten te komen. Hoe kunt u daarop reageren en inspelen? Hoe kunt u zich onderscheiden van deze groeiende concurrentie? Wel, de ontwikkeling van de cross selling techniek of afgeleide verkoop is een winnende strategie!

GESPREK MET **MARC GRYSSELS**, GEDELEGEERD BESTUURDER BACHI.

Dit is teamwork!

Afgezien van de commerciële troeven, biedt de cross selling techniek (of afgeleide verkoop) de apothekers de mogelijkheid om tegelijk hun expertise en beroep in de kijker te zetten. Het is immers essentieel om in deze tijd waarin men moet differentiëren, de eigen specialisaties die niet altijd duidelijk zijn, worden uitgespeeld. Anderzijds riskeert een systematische aanpak om 'omzet te halen' of de voorraad te verminderen contraproductief te zijn.

Het uiteindelijke doel blijft de tevredenheid van de patiënten: dat is de beste garantie voor klantentrouw en positieve mond-tot-mondreclame.

In deze context is het noodzakelijk om upstream-prioriteiten te bepalen en met het team samen te werken:

Het thema van cross selling aankaarten tijdens een teamvergadering, waarbij de nadruk wordt gelegd op de waarde van de dialoog rond een voorschrift, die voldoet aan de opdracht van de apotheker, de dienstverlening verbetert en de klantentrouw versterkt.

Nadenken over de gemiddelde totale aankopen buiten het voorschrift en het aanbod van producten voor de meest voorkomende pathologieën.

De bepaling van **gelinkte symptomen** die over het algemeen niet worden besproken door de voorschrijvers.

Een selectie maken van gepersonaliseerde producten en dubbele fiches aanmaken (pathologie en/of product).

Het team trainen op communicatietechnieken, het advies en de meest voorkomende pathologieën waarbij het eenvoudig is om een aanvullend product aan te bieden.

De gezamenlijke analyse van voorbeeldaankopen waarbij de afgeleide verkoop zijn vruchten heeft afgeworpen.

Uit de analyse van het profiel van de voorschrijvende artsen in de buurt en de patiënt, moet het team eerst de adviespeilers identificeren op basis van de referenties, de vaardigheden...

De ideeën samenbrengen

U kunt dit alles voorbereiden door de nodige opleiding te organiseren, maar ook door de uitwerking van adviesfiches die een solide basis vormen voor de argumentatie aan de toonbank. De inhoud vat voor elke pathologie de mogelijke antwoorden samen met het

oog op de cross selling, de samenstelling en de effecten van de producten, maar ook de voorzorgsmaatregelen voor gebruik en de contra-indicaties.

De ontwikkeling van afgeleiden in de meest geschikte domeinen: huidziekten, lichte zomer- en winterkwaaltjes, seizoensgebonden verkoudheden, infectieziekten (griep, bronchitis, conjunctivitis, gastro-enteritis), allergieën, cystitis, schimmelinfecties, verstuingen...

De versterking van de effectiviteit van de voorgeschreven geneesmiddelen door producten aan te bieden die niet worden terugbetaald, maar waarvan de effectiviteit is bewezen.

De vermindering van een bijhorend symptoom zoals koorts, pijn, jeuk... dat wordt gemeld tijdens een gesprek met de gepaste vragen.

Vermijd recidieven door voedingstherapieproducten, kruidengeneeskunde of homeopathie aan te bieden die de weerstand versterken.

Stel ook desgevallend een accessoire voor dat het leven van de patiënt zal vergemakkelijken of hen zal helpen de ziekte beter te beheren (zelfmeting, screening, weekdoseerdoosje voor geneesmiddelen, verspreider van etherische olie, inhalator...

Durven is nodig en belonend!

- ➔ Zorg dat u het voorschrift verstrekt volgens de gebruikelijke procedures.
- ➔ Analyseer het voorschrift door mogelijke extra verkopen te identificeren.
- ➔ Ga een dialoog aan met de patiënt door eerder open vragen te stellen en een maximum aan informatie te verkrijgen waarmee de bijbehorende symptomen of latente behoeften kunt identificeren.
- ➔ Bouw dan verder op de antwoorden om iets bijkomends voor te stellen, met het argument dat de producteigenschappen gerelateerd zijn aan het probleem van de patiënt en de pathologie.
 - Leg in geval van belangstelling het nut van het product en het gebruik ervan uit.
 - Indien de patiënt afwijzend reageert moet u niet aandringen. Geef indien nodig wat documentatie en een staal mee.

Ann Daelemans