



FOKUS KUNDE



Beratungstipps zum Umgang
mit schwierigen Kunden

Diskretion, bitte!

Beratung mit Fingerspitzengefühl

Nach wie vor gibt es viele Gesundheitsthemen, die auch Tabuthemen sind. Wer spricht schon gern und „vor aller Welt“ über Beschwerden wie Blähungen, Durchfall oder Verstopfung? Besonders heikel wird es bei Vaginalmykosen, Hämorrhoiden oder Inkontinenz. Es gehört zu den täglichen Herausforderungen in der Apotheke, mit Betroffenen zu kommunizieren, die Hilfe brauchen, aber Schwierigkeiten haben, ihre Probleme auszusprechen. Wie gehen Apothekenmitarbeiter am besten auf schamhafte Patienten ein, denen es peinlich ist, über ihre Beschwerden zu sprechen?

Wie kann man offen kommunizieren und gut beraten, ohne dem Patienten zu nahe treten?

Vor allem Beschwerden „unter der Gürtellinie“ machen es vielen Patienten schwer, sich zu öffnen und das eigene Schamgefühl zu überwinden. Das ist besonders unangenehm, wenn man durch die Beschwerden ohnehin schon stark beeinträchtigt ist. Für Ihre Beratung in der Apotheke bedeutet das, dem Patienten mit viel Fingerspitzengefühl und Einfühlungsvermögen entgegen zu kommen, um die Situation zu entspannen.

Zeichen richtig deuten

Eine Kundin kommt in die Apotheke und schaut sich am HV-Tisch vorsichtig nach rechts und links um, bevor sie sich weit zu Ihnen herüber beugt und ihr Anliegen mehr flüstert als ausspricht. Für Sie ist das ein deutliches Signal, dass die Kundin in dieser Situation ganz besonderen Wert auf Diskretion legt. Nehmen Sie die Kundin zur Seite und wiederholen Sie ihr Anliegen nur, wenn Sie sich nicht sicher sind, richtig verstanden zu haben. Es hilft der peinlich berührten Kundin wenig, wenn Sie ihrem Anliegen mit besonderer Lässigkeit begegnen: „Vaginalpilz? Na klar, kein Problem.“ Besser ist es, der Kundin zu vermitteln, dass sie mit ihren Beschwerden nicht allein ist. „Die meisten unserer Kundinnen haben sehr gute Erfahrungen mit ... gemacht.“ Vielen Patienten hilft es zu wissen, dass sie zu einem größeren Kreis von Menschen mit den gleichen Beschwerden gehören. Zeigen Sie der Kundin, dass Ihnen das The-



ma vertraut ist und ihr Anliegen alles andere als ungewöhnlich ist.

Wenn Sie für die richtige Beratung weitere Informationen benötigen, moderieren Sie Ihre weiterführenden Fragen an: „Darf ich Sie fragen, ob ...?“, oder „Um Ihnen dafür das Beste anbieten zu können, müsste ich noch wissen, ...“ sowie „Geben Sie mir noch einen Hinweis, ...“. So gehen Sie sicher, dass Sie der Kundin nicht zu nahe treten und sie nicht schlagartig „dicht macht“. Sollte es ihr besonders schwer fallen, über ihre Beschwerden zu sprechen, verlegen Sie sich auf so genannte geschlossene Fragen, die mit Ja oder Nein zu beantworten sind. So erhalten Sie für Ihre Beratung die notwendigen Informationen, ohne Ihre Kundin zu nötigen, sich in epischer Breite über das vermeintlich peinliche Thema äußern zu müssen. Das bedeutet im Umkehrschluss aber nicht, dass Sie bei dieser Gelegenheit umfassend zu dem – für Ihre Kundin brisanten – Thema aufklären. Scham baut sich durch Gewöhnung ab! Deshalb sollten Sie in diesen Fällen nicht zur „Überberatung“ neigen. Die Kundin wird froh sein, wenn sie die für sie unangenehme Situation hinter sich hat – egal, wie professionell Sie als Gesundheitsberater damit umgehen. Respektieren Sie deshalb das persönliche Schamempfinden der Kundin – auch über das Gespräch hinaus. Denn Sie können noch mehr für Ihre Kundin tun. Packen Sie das gekaufte Präparat unmittelbar in eine nicht durchscheinende Tüte, um die Diskretion zu wahren. So schaffen Sie Vertrauen und vermitteln das sichere Gefühl, mit allen gesundheitsrelevanten Themen, ob heikel oder nicht, willkommen zu sein. Für viele und besonders ältere Menschen ist es sehr wichtig, ein persönliches Verhältnis zu ihrem Umfeld zu entwickeln. Sie gehen meist nicht in irgend eine Apotheke. Ihr Weg führt sie zuverlässig immer wieder dorthin, wo sie sich persönlich gut aufgehoben und sicher fühlen.



Gute Bedingungen schaffen

Es ist ein Albtraum für Kunden mit schambesetzten Beschwerden, wenn Sie am HV-Tisch die ganze Spanne des Angebots präsentieren und laut und deutlich das Für und Wider der einzelnen Produkte erörtern. Wenn das nötig sein sollte, bitten Sie Ihren Kunden mit dem Hinweis, dass man dort mehr Platz zum Ausbreiten der Medikamente oder bei der momentanen Hektik mehr Ruhe hat, in den Beratungsbereich. Keinesfalls sollte er das Gefühl bekommen, dass es Ihnen als Apothekenmitarbeiter peinlich ist, über sein Anliegen zu sprechen.

Aber meist lassen sich auch ohne Beratungsraum die Bedingungen für das vertrauliche Kundengespräch noch verbessern. Grundsätzlich empfiehlt sich die Einrichtung einer Diskretionszone. Mindestens sollten Markierungen auf dem Boden der Apotheke oder stehende Abstandhalter den Diskretionsbereich vor dem HV-Tisch anzeigen. Oft stehen die Tresen sehr dicht beieinander, was zwangsläufig dazu führt, dass Kunden Teile des benachbarten Gesprächs aufschnappen können. Aufsteller, Displays

oder auch Produktpender zwischen den Verkaufsbereichen helfen dem Kunden dabei, sich mit seinem heiklen Anliegen nicht belauscht zu fühlen.

Die räumlichen Gegebenheiten sind aber nur ein Aspekt im Umgang mit Tabuthemen. Ein „Türöffner“ für Menschen mit tabuisierten Beschwerden, die sich womöglich schon lange ohne gesundheitliche Beratung mit einem Leiden herumschlagen, können auch Themenwochen in Ihrer Apotheke sein. So kann ein Kunde sein Problem mit einem Hinweis auf die aktuelle Schaufenstergestaltung ansprechen. Dann gilt es, mit Einfühlungsvermögen, Aufmerksamkeit und Fingerspitzengefühl das Ihnen entgegen gebrachte Vertrauen zu bestärken. Das ist nicht nur die Chance für den Kunden, seine Beschwerden zu lindern. Denn wenn ein Kunde sich gut aufgehoben fühlt und Sie sich selbst für heikle Themen als richtiger Ansprechpartner empfehlen, entsteht eine starke Bindung an Ihre Apotheke, die so schnell nichts erschüttern kann. Nicht einmal Tabus.



Hilfe bei Tabuthemen – das Wichtigste kurz und knapp:

- 1** Sorgen Sie für **Entspannung** in der Gesprächsatmosphäre, indem Sie klar machen, dass es für Sie völlig normal ist, über Tabuthemen zu sprechen.
- 2** Vermitteln Sie dem Kunden, dass er **mit seinem Problem nicht allein** ist und dass Sie ihm helfen können.
- 3** Respektieren Sie die persönlichen Grenzen des Kunden. Formulieren Sie nötige Fragen mit „Anlauf“, moderieren Sie sie an („Darf ich Sie fragen, ...“). Sachliche Erklärungen helfen, sollten aber **einfühlsam formuliert** werden.
- 4** Sorgen Sie für Diskretion bis hin zur **Verpackung** des Produkts.
- 5** Optimieren Sie Ihre **Diskretionszone im HV-Bereich**. Ihre Kunden sollen sich so wohl wie möglich fühlen.
- 6** **Aktionswochen zu „Tabuthemen“** wie Blähungen oder Inkontinenz mit entsprechender Schaufenstergestaltung helfen verunsicherten Menschen, Rat bei Ihnen zu suchen.
- 7** **Signalisieren Sie Gesprächsbereitschaft**: „Vielen Dank für Ihren Besuch. Sie können jederzeit zu mir kommen, wenn sich weitere Fragen ergeben.“ Empfehlen Sie sich als persönlicher Ansprechpartner.



Haben Sie selbst auch schon Erfahrungen mit brisanten Kundengesprächen gemacht? Teilen Sie uns mit, wie Sie „schwierige Kunden“ am besten meistern. Per E-Mail an baerenpost@berlin-chemie.de oder per Post an BERLIN-CHEMIE AG, Marketing OTC, Glienicker Weg 125, 12489 Berlin.

Unter den Einsendungen verlosen wir zehnmal spannende Fachliteratur zum Thema:

Anna Laven (Hrsg.), Hilfe, ein Kunde!

Einsendeschluss ist der 30.06.2011.

Teilnahmeberechtigt ist das pharmazeutische Fachpersonal in Apotheken. Mit der Einsendung genehmigen Sie, im Falle eines Gewinnes, die Veröffentlichung Ihrer Zusendung. Wir behalten uns vor, einzelne Einsendungen zu kürzen. Barauszahlungen sind nicht möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.