

Inhalt

Vorwort.....	5
1 Kommunikation	
– Kontakt, Austausch, Verständigung	11
1.1 Miteinander sprechen – Sprache und Körpersprache	11
1.1.1 Wir senden auf allen Kanälen	11
1.1.2 Mit Händen und Füßen reden	14
1.1.3 Die richtigen Worte finden	23
1.2 Was wir senden – Botschaften auf vier Ebenen	25
1.2.1 Das habe ich nicht so gemeint! – Vier Botschaften einer Nachricht.....	25
1.2.2 Sich gut verstehen – Verständnis und Beziehung	28
1.2.3 Was willst du mir sagen? – Mit vier Ohren hören	31
1.2.4 Missverständnisse klären.....	34
1.3 Sich auf den anderen einlassen – fragen und zuhören	36
1.3.1 Zuhören ist ZUwenden und hinHÖREN.....	36
1.3.2 Fragen bedeutet offen sein für den anderen	38
1.4 Sich verständigen – leichter gesagt als getan.....	41
1.4.1 Fallstricke auf dem Weg	41
1.4.2 Zielgerichtet kommunizieren – eine Zusammenfassung	43
2 Der Kunde – das unbekannte Wesen	49
2.1 Kunde oder Patient – die Rollenkonfusion.....	49
2.1.1 Selbstbestimmter Kunde	49
2.1.2 ... oder beratungsbedürftiger Patient	50

2.2	Der sogenannte schwierige Kunde	52
2.2.1	Der Aggressive	53
2.2.2	Der Unsichere	56
2.2.3	Der Besserwisser	57
2.2.4	Der Misstrauische	60
2.2.5	Der Unentschiedene	61
2.2.6	Der Eilige	62
2.2.7	Der Redselige	64
2.2.8	Der Wehleidige	66
2.2.9	Der Schweiger	68
2.3	Umgang mit Gefühlen	69
2.3.1	Positive Gefühle erleichtern das Verständnis	69
2.3.2	Ärger vernebelt die Sinne	74
3	Beratung und Information	81
3.1	Fragen im Beratungsgespräch	81
3.1.1	Was kann ich für Sie tun? – Vertrauen aufbauen	81
3.1.2	Welche Beschwerden haben Sie genau? – Eigendiagnose klären	85
3.1.3	Was? So viel? Arzneimittelfehlgebrauch ansprechen ...	88
3.1.4	Wie kommen Sie mit Ihrer Therapie zurecht? – Einstieg in die Betreuung	92
3.2	Dreimal täglich eine Tablette – verständlich informieren	93
3.2.1	Individuelle Beratung	93
3.2.2	Machen Sie den Patienten neugierig!	96
3.2.3	Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche!	99

3.2.4	Ordnen Sie Ihre Gedanken!	101
3.2.5	Sprechen Sie verständlich!	102
3.2.6	In der Kürze liegt die Würze!	106
3.2.7	Sprechen Sie laut, deutlich und wirkungsvoll!	107
3.3	Nutzenorientiert argumentieren	110
3.3.1	Welchen Nutzen hat der Patient?	111
3.3.2	Überzeugen statt überreden	117
3.3.3	Einwände und Vorwände	119
3.4	Darf es ein bisschen mehr sein?	120
3.4.1	Anschlussverkauf	120
3.4.2	Erweiterungsverkauf	125
3.4.3	Ersatzverkauf	127
3.5	Gespräche mit Termin	128
3.5.1	Medikationsanalyse	128
3.5.2	Betreuungsgespräche	131
4	Schwierige Gespräche	135
4.1	Nicht auf Lager!	135
4.1.1	Das kenne ich noch gar nicht!	135
4.1.2	Das kann ich heute Abend hier haben!	137
4.1.3	Das sollten wir eigentlich da haben!	140
4.1.4	Das gibt es nicht mehr!	141
4.2	Rabattverträge und Importregelung	142
4.2.1	Rabattaustausch – kein Problem!	142
4.2.2	Rabattaustausch – bloß nicht!	144
4.2.3	Akutbelieferung	146
4.2.4	Ich will aber nicht!	147
4.2.5	Importarzneimittel	148

4.3	Arzneimittel ohne Rezept.....	150
4.3.1	Alternativen anbieten.....	151
4.3.2	Kontakt zum Arzt.....	154
4.3.3	Gefahr im Verzug.....	155
4.4	Preisverhandlungen mit dem Kunden.....	158
4.4.1	Preise „wie in der Apotheke“!.....	159
4.4.2	Bekomme ich das nicht billiger?.....	162
4.4.3	Sinnvoll und hilfreich statt „ausreichend, zweckmäßig und wirtschaftlich“?.....	166
4.5	Beschwerdemanagement	
	– Probleme gemeinsam lösen.....	169
4.5.1	Das richtige Arzneimittel in der richtigen Stärke?	
	– Verschreibungsfehler und Co.....	169
4.5.2	Sie haben mir das falsche Arzneimittel geliefert!	
	– Reklamationen annehmen.....	172
4.5.3	Lob und Tadel – damit Sie noch besser werden!.....	177
5	Kommunikation am Telefon.....	179
5.1	Telefonieren – aber richtig.....	179
5.1.1	Das Telefon – Ihr Aushängeschild.....	179
5.1.2	Gezielte Gesprächsführung – auch hier.....	183
5.1.3	Follow-up-Gespräche.....	185
	Literatur.....	187
	Sachregister.....	189