

VIRTUELLE SICHTWAHL MIT HOHEM POTENZIAL

Das ganze OTC-Sortiment auf einen Blick: Eine virtuelle Sichtwahl auf bis zu 32 Touchscreens bietet das brandneue, von Rowa vertriebene «Vmotion-System». Beratungsgespräche können damit erfolgreicher geführt werden.

Jeder Touchscreen (erhältlich in den Grössen 46", 55" und 65") zeigt einen Auszug aus dem Sortiment von OTC-Produkten zu einer bestimmten Indikation. Peter Heinzer tippt ein Produkt an. Die Anzeige wechselt und zeigt nun gross die ausgewählte Packung, die sich dreidimensional drehen lässt. Produktinformationen und der Preis sind daneben eingeblendet. Auch sich ergänzende Produkte werden als Tipp (Zusatzverkäufe!) angezeigt – wenn gewünscht. Ist das virtuelle Sichtwahlsystem «Rowa Vmotion» mit einem Kommissioniersystem egal welcher Marke verbunden, wird auch die Verfügbarkeit des Produktes angezeigt, das sich durch leichtes Antippen automatisch auslagern lässt.

Neue Dimension der Sichtwahl

«Das Interesse bei Apotheken, Gruppierungen und Ketten sowie der Industrie ist sehr gross», sagt Peter Heinzer. «Denn das virtuelle Sichtwahlsystem bringt gleich mehrere Vorteile», erklärt der Mitinhaber und Geschäftsführer der adroplan Beratungs AG und zählt die wichtigsten Fakten auf:

- **Beratungsqualität:** Apothekenmitarbeiter haben die Möglichkeit, auf jedem Bildschirm beliebige Indikationen aufzurufen und pflegen so den direkten Kundenkontakt.
- **Zeitersparnis:** Die Sichtwahl muss nicht mehr aufgefüllt und abgestaubt werden.
- **Platzersparnis:** Weil keine oder nur noch Einzelpackungen im Verkaufsraum aufgestellt werden, verringert sich das Warenlager und damit das gebundene Kapital – trotz hohem Warendruck.

«Durch die zentralisierte Steuerung via Cloud ist das System für Gruppierungen und Ketten, aber auch für die Industrie besonders interessant», so Heinzer. «Alle denkbaren Steuerungsmöglichkeiten können durch entsprechende Vergabe von Passwörtern realisiert werden.» So sei es beispielsweise möglich, die Inhalte von einem Teil der maximal 32 Bildschirme einer Verkaufsstelle zentral vorzugeben. Der Rest könne durch die Apotheke selbst konfiguriert werden. «Das Auffüllen und Gestalten eines virtuellen Tablars ist



Peter Heinzer, Geschäftsführer adroplan Beratungs AG, präsentiert den «Rowa Vmotion».

ganz einfach. Per Drag-&-Drop können Produkte via Browser von jedem Endgerät – Smartphone, Tablet, Laptop oder Computer ausgewählt werden: aus dem von adroplan neutral aufbereiteten, virtuellen «Produkte-Pot» in der Cloud.»

Idealer Vertriebspartner

Adroplan verfügt nicht nur über langjährige Erfahrung mit Kommissionierungsautomaten, sondern ist zugleich auch Ladenplaner und Sortimentsspezialist. «Da wir den Markt genau kennen, wissen wir exakt, was der «Produkte-Pot» enthalten soll und wie die Produkte marktgerecht dargestellt werden müssen.» Geplant sei, insgesamt vorerst rund 1000 OTC-Produkte zu erfassen, die Packungen in der deutschen und französischen Version, die Texte in den drei Landessprachen. Alle Produkte würden zudem mit Stichwörtern hinterlegt, sodass sie exakt nach dem im Markt gebräuchlichsten Einteilungssystem gesucht und schnell gefunden werden können. Dadurch werde das System noch anwendungs-freundlicher. «Das virtuelle Sortiment sollte jene Produkte umfassen, die eine Apotheke bis anhin den Kunden in der Sichtwahl präsentierte: die

genannten Leader.» Aufgeteilt werden können Sortimente in Grundblocks, analog zur manuellen Warenpräsentation. Zusätzlich können Beratungspanels gestaltet werden, welche individuell auf den Fachhandel abgestimmt sind. «adroplan liefert das System – der Kunde wählt den Inhalt», macht Heinzer auf einen wichtigen Punkt aufmerksam – und: «Auf Wunsch gestalten wir auch Panels für Kernsortimente oder Hausspezialitäten.»

Höhere Automatisierung bringt Qualität und Mehrumsatz

Dadurch, dass das erfasste Sortiment dem Kunden auch auf einer Tischstation oder einem Tablet gezeigt werden kann, werde sich die Beratungsqualität erhöhen. Heinzer: «Ich könnte mit dem Kunden theoretisch auf einem Sofa sitzen und das Sortiment betrachten und seine Therapie besprechen.» Möglich sei auch, zu einem ausgewählten Produkt bis zu vier weitere einzublenden – im Stile von: «Kunden kaufen auch...». Heinzer: «Dies hilft aktiv, Zusatzverkäufe zu generieren.» «Rowa Vmotion» wird die Automatisierung weiter vorantreiben, ist er überzeugt. «Automatisiert spare ich Zeit und Platz und gewinne dadurch an Beratungsqualität. Dies wirkt sich positiv auf den Kundenfranken und Umsatz aus, wie die bereits 170 Rowa Anlagen in der Schweiz gezeigt haben.»

Die virtuelle Sichtwahl bringe zudem nicht nur eine neue Art, wie man mit dem Kunden umgehen könnte, sondern auch neue Möglichkeiten, einen Kundenraum zu gestalten. Peter Heinzer: «Das Aspirin muss nicht mehr hinter der Theke bleiben, sondern könnte theoretisch auch mitten im Laden auf einem Bildschirm präsentiert werden.» //

Weitere Informationen

adroplan Beratungs AG
Herrengasse 13
6430 Schwyz
Tel. 041 818 00 00
Fax 041 818 00 09
www.adroplan.ch

adroplan BERATUNG DIE WIRKT