



Qualifikationslehrgang zum/zur Apothekenfachwirt/in

Zielgruppe:

Der Lehrgang zum/zur Apothekenfachwirt/-in eignet sich für alle PTA's die sich in einer innerbetrieblichen, organisatorischen Leitungsfunktion befinden. Es werden in kurzer und kompakter Form Inhalte zum Apothekenmanagement vermittelt.

Aufbau:

Modul	Datum	Inhalte
Modul 1	Freitag, 19.05.2017 von 10 – 17 Uhr Samstag, 20.05.2017 von 9 – 17 Uhr Sonntag, 21.05.2017 von 9 – 17 Uhr	Mitarbeiterführung und Konfliktmoderation / QMS
Modul 2	Freitag, 23.06.2017 von 10 – 17 Uhr Samstag, 24.06.2017 von 9 – 17 Uhr Sonntag, 25.06.2017 von 9 – 17 Uhr	Betriebswirtschaft / Controlling / Warenwirtschaft
Modul 3	Freitag, 06.10.2017 von 10 – 17 Uhr Samstag, 07.10.2017 von 9 – 17 Uhr Sonntag, 08.10.2017 von 9 – 17 Uhr	Marketing / Category Management / Aktionsplanung
Modul 4	Freitag, 10.11.2017 von 10 – 17 Uhr	Neue Medien
Prüfung	Samstag, 11.11.2017 von 9 – 11 Uhr	Prüfung

Der Abschluss zum Apothekenfachwirt/-in setzt die **aktive** Seminarteilnahme an allen vier Modulen voraus, sowie die Teilnahme an der Abschlussprüfung am 11.11.2017.

Fortbildungspunkte: 80 Punkte der Landesapothekerkammer Hessen



Inhalte:

Modul 1

1. Personalführung
 - Lohn- und Gehaltsfindung
 - Planung, Organisation und Durchführung von Mitarbeiterschulungen
2. Personaleinsatzplanung
3. Grundzüge der Filialorganisation
4. Grundlagen QMS
5. QMS nach Apothekenbetriebsordnung und nach ISO 9001
 - Wo liegen die Unterschiede?
6. Selbstinspektion und interne Audits
 - richtige Vorbereitung
 - konsequente Durchführung
 - Optimierung der betrieblichen Abläufe
7. häufige Stolperfallen und Probleme
 - Vorstellung geeigneter Vermeidungsstrategien
8. Motivationseinheit

Modul 2

1. Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Apothekenführung
2. Betriebswirtschaftliche Analyse von Apotheken
 - Bilanz und GuV
 - Betriebswirtschaftliche Auswertungen
 - Betriebswirtschaftliche Kennzahlen
3. Kostenrechnung und Kalkulation
4. Warenwirtschaft
5. Finanzierung und Businessplan
6. Unternehmensführung und Unternehmensplanung

Modul 3

1. Marketing und Kommunikation
2. Category Management
3. Aktionsplanung
 - Kaufmotive des Kunden
 - Zielgruppenfindung in der Platzierung
 - Professionelle Aktionsplanung, Zeitplan und richtige Durchführung einer Aktion

Modul 4

1. Kommunikation
2. Umgang mit neuen Medien



Modul 1

Mitarbeiterführung / Konfliktmoderation

Sie erarbeiten sich Führungs- bzw. Teamleitlinien, die Ihnen im Arbeitsalltag Orientierung bieten. Vermittelt werden führungsrelevante Besonderheiten der Kommunikation (z. B. Meetings, Fördergespräche, Konfliktmoderation)

Inhalte:

- Selbstbild der Führungskraft
- Effektive/Ineffektive Führungsstile
- Ethische Aspekte der Mitarbeiterführung
- Kommunikation im Team
- Mentale Fitness für Führungskräfte

Referent: Hans Peter Greif, m3 Team

Grundlagen QMS

In diesem Workshop werden Ihnen grundlegende Qualitätsbegriffe und das QMS nach Apothekenbetriebsordnung anschaulich erklärt. Sie steigern dadurch Ihre Kompetenz und Ihr Qualitätsbewusstsein.

Inhalte:

Grundlagen

- Warum sind erfolgreiche Unternehmen so erfolgreich?
- Welchen Nutzen hat Ihre Apotheke von QMS?

QMS nach Apothekenbetriebsordnung und nach ISO 9001

- Welche Unterschiede gibt es?
- Wie gestalten Sie Ihr „eigenes und individuelles“ QMS?

Selbstinspektion und internes Audit

- Welche verschiedenen Möglichkeiten zur Umsetzung gibt es?
- Wie bereiten Sie sich richtig vor?
- Wie optimieren Sie Ihre betrieblichen Abläufe?

Häufige Stolperfallen und Probleme

- Welche Fallen gibt es?
- Mit welchen Strategien können Sie diese umgehen?

Motivationseinheit für die praktische Umsetzung in der Apotheke

Referentin:

Bianca Manaf

PTA, Leitende Auditorin, stellv. Zertifizierungsstellenleiterin Sanprocert GmbH, Offenbach



Modul 2

Betriebswirtschaft

In diesem Modul werden die betriebswirtschaftlichen Instrumente der Apothekenführung dargestellt. Anhand praktischer Beispiele und Fallstudien wird dargestellt, wie die wirtschaftliche Entwicklung einer Apotheke überwacht und gesteuert werden kann.

Inhalte:

Die Marktsituation der Apotheken

- Entwicklung von Angebot und Nachfrage
- Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen

Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Apothekenführung

Betriebswirtschaftliche Analyse von Apotheken

- Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)
- Betriebswirtschaftliche Auswertungen (BWA)
- Betriebswirtschaftliche Kennzahlen

Kostenrechnung

- Preiskalkulation
- Deckungsbeitragsrechnung
- Kostenmanagement

Warenwirtschaft und Lagerhaltung

Besteuerung der Apotheke

- Einkommensteuer
- Gewerbesteuer
- Umsatzsteuer

Finanzierung und Businessplan

- Finanzierungsarten und Finanzierungsquellen
- Kreditwürdigkeit und Rating
- Führung von Bankgesprächen
- Öffentliche Finanzierungshilfen

Standortwahl und Standortanalyse

Wettbewerbsanalyse

Unternehmensführung

- Unternehmensleitbild und Unternehmensziele
- Unternehmensplanung
- Unternehmensstrategien

Kauf, Verkauf und Bewertung von Apotheken

Referent:

Dr. Andreas Nagel, Steuerberater, Trainer für Apothekenmanagement



Modul 3

Marketing / Category Management / Aktionsplanung

Unter dem Begriff »Marketing« werden verschiedene Maßnahmen und Methoden verstanden, die es einer Apotheke ermöglichen, bekannter zu werden und Kunden zu gewinnen oder zu binden. Im Gegensatz zur Werbung geht es im Marketing nicht darum, ein bestimmtes Produkt gegenüber einer Zielgruppe publik zu machen, sondern dass sich die Apotheke selbst mit ihren Leistungen und Produkten kundenorientiert präsentiert und in den Fokus stellt.

Ein wichtiges Marketinginstrument ist zudem eine nach dem Suchverhalten der Kunden sortierte Frei- und Sichtwahl sowie eine gute Planung und Durchführung von Aktionstagen in der Apotheke.

Inhalte:

Instrumente des Marketing Mix

- Product (Produktpolitik)
- Price (Preispolitik)
- Promotion (Kommunikationspolitik)
- Place (Distributionspolitik)

Wie werde ich als Apotheke einzigartig?

- Alleinstellungsmerkmale der modernen Apotheke
- Corporate Identity als ganzheitliche Philosophie

Welche Grundinstrumente des Marketing benötige ich als Apotheke?

- Category Management, Analyse und Entscheidungsprozess
- Analyse der Warengruppen
- Analyse des Kundenpotentials
- Planung der Strategie
- Platzierungsregeln für Freiwahl- und Sichtwahl
- Sortimentsaufteilung für die Sichtwahl
- Erarbeiten von Platzierungskonzepten an Fallbeispielen

Aktionsplanung an Hand eines 10 Punkte Plans

Referentin:

Alexandra Duhr, Beraterin und Trainerin für die Pharma- und Kosmetikindustrie,
 zertif. systemischer Coach, kaufmännische Angestellte, PTA
 dual consult



Modul 4

Umgang mit neuen Medien

Internetseiten werden immer häufiger von Patienten über Smartphones oder Tablets besucht. Responsive Webdesign und geringe Ladezeiten sind u.a. ausschlaggebend für die Zufriedenstellung der Kunden. Nach einer Diagnose / einem Beratungsgespräch verwenden viele Patienten eine Suchmaschine um mehr über Ihre Diagnose zu erfahren. Auch die nächstliegende Apotheke wird über eine Suchmaschine gefunden. Steht man hier nicht unter den Top-Ergebnissen, verliert man die Patienten an die Konkurrenz.

Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter und Co. sind nicht nur im privaten Umfeld weit verbreitet. Inzwischen haben diese neuen Medien auch das Gesundheitswesen erreicht und gewinnen dort mehr und mehr an Bedeutung. Die Suche nach dem richtigen Arzt aber auch der Apotheke des Vertrauens im Internet unterscheidet sich vom Patienten/Kundengespräch vor Ort. Wie lässt sich eine vertrauensvolle Apotheker-Patienten-Kommunikation in einem sozialen Netzwerk – also dem virtuellen Raum – herbeiführen.

Wird meine Website auf dem Smartphone richtig dargestellt? Wie werde ich gefunden? Am Anfang stehen viele Fragen wie man zum optimalen 2.0 Auftritt für die Apotheke kommt.

Inhalte:

Smartphone App vs. Mobile Website

Website:

- Responsive Webdesign – Optimale Darstellung auf Smartphone, Tablet, Desktop
- Barrierefreiheit im Web
- Zahlungsmethoden

Suchmaschinenmarketing (SEO/SEA)

- Google Grundlagen
- Wie werde ich bei Google besser gefunden?
- Rankingfaktoren
- Wie optimiere ich meine Website
- Bessere Rankings durch Suchmaschinenwerbung (SEA)

Facebook richtig zur Kundenbindung einsetzen

- Reichweite erhöhen
- Risiken
- Weitere Soziale Netzwerke

Aufgrund der schnellen Entwicklung im Internet können die Inhalte kurzfristig angepasst werden.

Referent:

Timo Gemmrich, Online-Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Web-Entwicklung
M.A. Elektronische Medien, dual consult



Veranstaltungsort:

Mein SchlossHotel
Frankfurter Straße 9
63150 Heusenstamm
(in unmittelbarer Nähe zu Frankfurt am Main, direkt an der A3)

www.meinschlosshotel.de

Tel.: 06104/600550

kontakt@meinschlosshotel.de

Die Übernachtung im Tagungshotel kostet 99,- € exkl. Frühstück. Buchungen können Sie direkt im Hotel vornehmen.

Abschlussprüfung:

Am Sonntag, dem 11.11.2017 findet in der Zeit von 9:00 bis 11:00 Uhr die Abschlussprüfung statt. Hierzu werden aus allen Themenbereichen ca. 15 – 20 Multiple-Choice-Fragen gestellt. Die Auswertung der Abschlussprüfung findet dann vor Ort statt. Ab 12:00 Uhr findet die Übergabe der Zertifikate und Notenergebnisse statt.

Kosten:

3400,- € zzgl. MwSt.

(Die Abrechnung in Höhe von 850,- € zzgl. MwSt. erfolgt nach jedem Modul einzeln.)



Informationen / Kontakt:

Wirtschaftsakademie Deutscher Apotheker GmbH

Strahlenbergerstraße 112

63067 Offenbach

Tel.: 069/79200517

info@wda-akademie.de

Anmeldung über: <https://ssl.kundenserver.de/gkd-adminnet.de/hav/form/form.php?akt=MAI063>