

# Så bra service har

## Unik undersökning i Market: Professionella och hjälpsamma – men dåliga på merförsäljning

**Alla apotekskedjor säger att de ska konkurrera med sin service.**

**Market provade servicekvaliteten med mystery shopping. Och hittade den främst hos de helt nya aktörerna.**

**– Ett oväntat resultat. Jag trodde att de som hållit på ett tag också skulle hamna överst, säger Susanne Sjölund, vd för Better Business som gjort undersökningen åt Market.**

Alla apotekskedjor fick fem besök av Better Business representanter under en vecka i mitten av maj. Urvalet var en blandning av yngre och äldre butiker, beroende på hur långt kedjorna kommit med nya koncept och omprofileringar.

Poängsättningen skedde efter ett standardformulär för fyra olika serviceområden där även skyltning och tydlighet i exteriör och interiör bedömdes, men klart störst vikt lades vid kundmötet. Ärendet rörde pollenallergi.

– Totalt är det ett jättebra resultat, i synnerhet för de fyra som kommer över 80 indexpoäng. Det är en magisk gräns dit de flesta vill nå, säger Susanne Sjölund.

Apotekspersonalen upplevs i de allra flesta fall som mycket professionella och kunniga, en grundläggande egenskap. Susanne Sjölund säger att det råder inte minsta tvekan om att de kan sitt jobb.

Apotekskedjorna har en begränsad marknad vad gäller läke-

medel. De stora inkomstmöjligheterna ligger i merförsäljning av de så kallade handelsvarorna, det vill säga en breddning av sortimentet som har större vinstmarginal.

Men den apotekspersonal som Better Business mötte hade svårt att generera bonusinkomster till sin arbetsgivare. Endast i undantagsfall fick kunden förslag på andra produkter än den man själv sökte.

– Det är alltid den stapeln som dippar, oavsett bransch. Men här dippar den lite mer än den vanliga detaljhandeln, säger Susanne Sjölund.

### Mer rådgivare än säljare

En förklaring kan vara att farmaceuter, som till nästan 100 procent ännu bemannar apoteken, i första hand ser sig som rådgivare och inte försäljare. Bäst lyckas också Åhléns Apotek, som ju drivs av en traditionell detaljhandelsaktör.

### Ska en medicinsk rådgivare ägna sig åt merförsäljning?

– Det ena behöver inte ta ut det andra. Merförsäljning är inte det samma som att pracka på kunden något.

– Men bemötande och professionalism är viktigt på det här området.

Susanne Sjölund tror att andra detaljhandelsaktörer kan ha lättare att bli experter på vissa kundtyper.

– En apoteksaktör har en väldigt bred målgrupp. Man har egentligen en tuffare uppgift eftersom man har en bredare publik.

**BJÖRN NYLUND**  
bjorn.nylund@formapg.se

**>>En apoteksaktör har egentligen en tuffare uppgift eftersom man har en bredare publik än många andra>>**



SUSANNE SJÖLUND, vd Better Business



**Mystery shopping:** Här gavs bäst service

Kedja	Index
Åhléns Apotek	83
Doc Morris Apotek	82
Apoteksgruppen	81
Apotek1	81
Apotek Hjärtat	76
Kronans Droghandel	75
Apoteket AB	75
Vårdapoteket	75
Medstop	74
Cura apoteket	71

■ Resultaten beräknas som summan av en poäng som sätts vid besöket. Poängen fördelas på ett antal delmoment där bemötandet kan ge mest poäng och exteriör och interiör står för en mindre andel av maximalt antal poäng. Index är totalpoängen omräknat i procent av maxpoängen.

Källa: BETTER BUSINESS WORLD WIDE

**Apotek1**  
Fältöversten, Stockholm

” Jag upplevde personalen som lite rörig, den person som skulle expediera recept var ute på golvet och hjälpte en kund och bakom disken för recept fanns en person som inte kunde expediera recept. Efter ett tag bytte de plats och alla kunder kunde få hjälp.

**Apoteket AB**  
Svartbäcksgatan, Uppsala

” Butiken var fin och välorganiserad, men personalen verkade ha ganska bråttom åt olika håll och tog sig inte riktigt tid att uppmärksamma kunderna. När jag fick hjälp bemöttes jag dock på ett bra sätt, och personalen verkade kunnig.

**Apotek Hjärtat**  
Götgatan 12, Göteborg

” Det var ett apotek med ett brett utbud men personalen var dålig på att uppmärksamma mig som kund och jag fick vänta några minuter på att få hjälp.

**Apoteksgruppen**  
Kungsgatan, Norrköping

” Jag upplevde att jag fick vänta väldigt länge innan personalen kom fram till mig vilket kändes lite irriterande när jag såg att det fanns personal ledig.

**Cura**  
Ica Maxi, Kungälv

” Lätt att få en överblick av sortimentet. Gott om personal men ingen som tog initiativ till att hjälpa mig som kund. Sveräna öppettider, 7-22 alla dagar året runt.

**Doc Morris**  
Hälsövägen, Huddinge

” Det fanns inte någon personal på golvet i butiken och inte heller någon i kassan för egenvård. Bakom receptdisken fanns det en person som hade kund och jag skyntade ytterligare en person. Denne kom ut i butik efter nästan tio minuter och frågade om jag behövde hjälp. Det tyckte jag tog för lång tid.

*Kommentarer från apoteksbesöken*

# apoteken

DAVID JANSSON

## Skillnader i service blir inte avgörande

**D**ET ÄR LÄTT att glömma men före omregleringen av apoteksmarknaden var faktiskt statliga Apoteket ett av de företag i detaljhandeln som de svenska konsumenterna höll allra högst.

Av alla de större butikskedjorna var det enligt Markets undersökningar bara Ikea, Clas Ohlson och Maxi Ica Stormarknad – tre av den svenska detaljhandelns allra största succéer – som fick mer beröm av sina kunder än vad Apoteket fick av sina.

Och det Apotekets kunder var allra mest belåtna med var bemötandet i butikerna. Ingen annan kedja i hela detaljhandeln hade en så stor andel kunder som berömde servicen.

**DEN MYSTERY SHOPPING** som Better Business nu gjort åt Market tyder på att de nya apoteksaktörerna tar den standard som satts av Apoteket på stort allvar och gör sitt allra bästa för att leva upp till den servicenivå som svenskarna vant sig vid.

Flera av nykomlingarna får rentav högre servicebetyg än Apoteket - det gäller både stora aktörer som Apotek Hjärtat och Kronans Droghandel och mindre spelare som Doc Morris och Åhléns Apotek.

Det gamla hyllade monopolföretaget hamnar till och med på undre halvan i service-rankningen med bara tre av de nya aktörerna bakom sig – Vårdapoteket, Medstop och Cura.

**SKILLNADERNA MELLAN AKTÖRERNA** bör emellertid tolkas med försiktighet. För det första är skillnaderna inte särskilt stora. Samtliga aktörer får förhållandevis höga betyg.

För det andra är det fullt möjligt att de skillnader som blottlagts inte fångar hela sanningen om kedjorna eftersom det bara gjorts fem besök på var och en av de undersökta apotekskedjorna.

Vidare har sannolikt den använda metoden straffat de mer välbesökta apoteken. En del av de observerade skillnaderna mellan apoteken lär nämligen sammanhånga med hur många kunder som var inne på apoteken just vid undersökningstillfällena.

**FÖR MIG ÄR** den tydligaste slutsatsen av undersökningen att det knappast kommer att bli skillnader i servicen som avgör vilka som vinner respektive försvinner i den konsolideringsprocess mot färre aktörer som de flesta bedömare räknar med.

Ingen av dem som gett sig in i leken är dumdristig nog att medvetet slarva med det som olika studier visat kommer att vara ett minimikrav för att lyckas på apoteksmarknaden - att bemöta kunderna på ett tjänstviligt och kunnigt sätt.



DAVID JANSSON david.jansson@formapg.se



### Så bra klarade butikerna delmomenten

	Kundens väg				
	Exteriör	Interiör	Kundmötet	Kassa	Hela vägen
Åhléns apotek	60	70	89	88	83
Doc Morris	90	85	80	80	82
Apoteksgruppen	100	85	76	80	81
Apotek1	90	85	76	83	81
Apotek Hjärtat	100	80	73	72	76
Kronans Droghandel	100	90	62	80	75
Apoteket AB	90	90	65	80	75
Vårdapoteket	100	75	69	80	75
Medstop	100	90	64	72	74
Cura	90	75	65	72	71

Detta bedömdes:

■ Information om öppettider och skyltning.

■ Produktexponering och påfyll-da hyllor och ställ.

■ Uppmärksamhet, hjälpsamhet, kun-nighet, mer-försäljning.

■ Vänlig-het, effek-tivitet och merförsälj-ning.

**Kronans Droghandel**  
Linnégatan, Limhamn

” När ingen i personalen hade uppmärksammat mig, gick jag fram till en och frågade efter hjälp. Hon sa dock att jag fick vänta på en annan kvinna som kunde lite mer.

Så jag väntade, dock tog hennes kund längre tid och där kom en annan personal som jag fick hjälp av. Hon var mycket hjälpsam, verkade mycket kunnig och jag fick mycket bra service.

**Medstop**  
Åkersberga

” Medstop var välbesökt. Det var endast en person ute i butiken som skulle hjälpa i den ”receptfria” avdelningen. Det var flera som verkade behöva hjälp, men kvinnan som var ute på avdelningen hade inte tid för alla. Hon som hjälpte mig var dock mycket trevlig och kunnig.

**Vårdapoteket**  
Danderyds sjukhus

” Det var mycket folk i butiken och jag blev förvirrad av alla sjukhusanställda så jag förstod inte vilka som jobbade i apoteket förrän efter ett tag.

Vinnaren Åhléns,  
se nästa sida

### Undersökningen

■ Better Business World Wide har 14-22 maj genomfört Mystery Shopping hos tio apoteksaktörer.

■ Syftet med undersökningen var att följa kundens väg i apoteket där fokus låg på serviceområdena; bemötande, professionalism, merförsäljning samt skyltning.

■ De tio aktörerna fick vardera fem besök på flera orter runt om i Sverige

**Scenario:** Better Business shoppers besökte apoteken för allergiska besvär och vill få råd från personalen angående lämpliga receptfria läkemedel mot vår/pollenallergi. Shoppers skulle dessutom kontrollera priset på två produkter, Livostin nässpray samt Alvedon, 500 mg, 20 st tabletter.

Shoppers gjorde även ett inköp för att på så sätt kunna bedöma bemötandet i kassan.



FRÅGOR TILL

...butikschefen Helena Flatow på Apotek1 i Solentuna, som var ensam i undersökningen om att tilldelas Better Business omdöme Suverän Service.

#### Vad är bra service för dig?

- Att kunden känner sig nöjd och bra bemött. Man får ställa öppna frågor.

#### Hur har ni jobbat med serviceutbildning inom Apotek1?

- Vi har bara haft öppet i en och en halv månad, men cheferna har varit på intern utbildning hur man når kundens behov.

#### Hur kombinerar ni rådgivning med försäljning?

- Det går bra. Professionell rådgivning innebär också att kunderna får med sig de produkter de behöver.

BJÖRN NYLUND



DUKTIGA PÅ MERFÖRSÄLJNING. Åhléns apotek är de som är bäst på merförsäljning.

# Åhléns bäst på att ta hand om kunden

## Åhléns apotek

Skanstull, Stockholm

” Utbudet var trevligt med till exempel yoga-dvd:er, cd-skivor för avslappning, och trevliga hygienprodukter som inspirerade till köp. Ett minus var att de hade ett för begränsat utbud av produkter mot till exempel illamående. Jag hade velat köpa tuggummi eller plåster mot åksjuka men det fanns enbart tabletter som man sväljer och akupressurarmband (båda har jag hemma). Bemötandet var utöver det vanliga, uppmärksam och mycket trevligt! Kassörskan var verkligen jättetrevlig. Jag vill ge henne extra plus för att hon uppmärksammade mig på att man fick Åhlénspoäng för köp av receptfria varor!

### - Överraskande - och otroligt roligt!

Det säger Åhléns apotekschef Åsa Lilja efter beskedet om topplaceringen i Markets Mystery Shoppingundersökning.

- Nu tackar jag våra butikschef och deras fantastiska medarbetare.

Med 83 i index tog Åhléns hem förstaplatsen i Markets mystery shoppingundersökning, närmast följda av Doc Morris och Apoteksgruppen.

Högsta poäng - särklassigt bäst bland de tio apotekskedjorna - blev det för kundbemötandet. Åhléns apotek hamnade också bättre än genom-

snittet i ämnet merförsäljning.

- Här har butikscheferna och deras medarbetare gjort en fantastisk insats, säger apotekschefen Åsa Lilja.

- Visserligen har vi pratat om dessa moment och visst har vi också rekryterat apotekens medarbetare med prioritet på sådana personliga egenskaper. Men jag skulle ändå vilja säga att det är ute i butikerna som man har utvecklat denna kultur och detta sätt att möta och resonera med kunderna.

Är inte merförsäljning lite tveksamt - med tanke på riskerna för överkonsumtion av läkemedel?

- Vi ser det inte så. Samtliga våra medarbetare är mycket välutbildade. Om en kund hämtar ut ett läkemedel som exempelvis gör huden torr tycker

jag det är rimligt att de också får ett tips om hur en sådan eventuell biverkning kan behandlas med ett receptfritt preparat.

Skyllningen fick dock ett lite sämre betyg...

- Det förstår jag. För det var först för någon vecka sedan vi fick möjligheter att börja jobba med den. Nu har vi tagit fram en grön matta i entréerna med prickar in i butikerna. Vi har också gjort en ordentlig översyn av skyltar och sättet att presentera våra kampanjer.

- Det arbetet är ännu inte färdigt. Men vi har redan sett en otrolig förändring till det bättre.

KLAS ÅGREN

klas.agren@formappg.se



SÄMST. Icas Cura-apotek fick sämst omdömen av alla.

Foto: DANIEL NORMAN

## Ica tänker ta täten

Icas Cura-apotek hamnade sist av alla kedjor.

- Det var tråkigt att höra, men det har varit en inkörningsperiod hos oss. Framöver kommer vi komma ifatt och gå om, säger affärsområdeschefen Håkan Magnusson.

När undersökningen gjordes hade Cura-apoteken varit i drift i fyra veckor. Håkan Magnusson menar att väldigt mycket av personalens resurser och prioriteringar har koncentrerats till det nya it-systemet.

- 99 procent av de andra kedjorna jobbar enligt de gamla systemen.

Håkan Magnusson är överty-

gad om att Icas detaljhandelskunnande kommer att ge utslag i längden.

- Ja det här ligger inom vår spjutspetskompetens, men vi måste ha recepturen på plats innan vi kan börja fokusera på annat. Den är ett kvitto på att man är ett fullvärdigt apotek.

- Sen kommer vi att ta hand om egenvården.

### Ett komplement

Cura-apoteken är förlagda inne i de större Ica-butikerna.

I en del av servicen ingår tillgängligheten med generösa öppettider och flera omdömen i undersökningen handlar om att det är smidigt att kunna använda Ica-kortet.

- Vi ser apoteken som en kompletterande verksamhet i Ica-butiken.

Kommer ni att ha en tajtare organisation än andra apotek - eller byta ut farmaceuter mot vanlig butikspersonal?

- Nej, det finns inga såna planer. All vår personal är farmaceuter som är rekryterad från sedan tidigare befintliga apotek. Personal från Ica-butiken kan eller ska inte gå in och jobba i apoteket.

Han tror ändå att butikskundandet kommer att ge Cura toppbetyg i service.

- På recepten tror jag det är svårare att särskilja sig.

BJÖRN NYLUND

bjorn.nylund@formappg.se