

PRESSEMITTEILUNG

Saisonale Verbraucherkampagne „Allergie“ in den LINDA Apotheken gestartet

Unter dem Motto »Frühling? Lläuft!« nutzen LINDA Apotheken die saisonal starke Allergiezeit zur abverkaufssteigernden Ansprache der Verbraucher*innen. Online, im Print und am PoS wird die Markenkampagne stringent aufeinander abgestimmt umgesetzt. Elf ausgewählte Kooperationspartner-Produkte, vielseitige und professionelle Werbematerialien für die Mitgliedsapotheken sowie ein attraktivierendes Endkund*innen-Gewinnspiel sind Kernbestandteile der Allergiekampagne, die bis zum 16.04.2022 läuft.

Köln, 02.03.2022 – Auch wenn die Welt aktuell mit gänzlich anderen Sorgen konfrontiert ist, wird es dennoch langsam Frühling. Nach einem langen und aufreibenden Corona-Winter ist das ein positiver Lichtblick. Es sei denn, die zart blühenden Blumen, Sträucher und Bäume sorgen für allergische Reaktionen. Laut Robert-Koch-Institut (RKI) leiden immerhin 20 % der Deutschen unter einer Allergie. Heuschnupfengeplagte machen einen Anteil von knapp 15 % aus. Genau an sie richtet sich das aktuelle Kampagnenwerbematerial, das die Mitgliedsapotheken für die umsatzstarke Saison nutzen können.

Die LINDA Kampagne trägt den unbeschwerten Titel »Frühling? Lläuft!« und wirbt mit einem Wanderschuh-mit-Blumen-Motiv, das sich von der allbekannten Allergiebildsprache abhebt. Teilnehmenden LINDA Apotheken dürfte es leichtfallen, damit Aufmerksamkeit in der Kernzielgruppe zu erzeugen. Zusammen mit apothekerlichen Gremien und Kooperationspartnern wurden elf Produkte zur Linderung von Allergiesymptomen zum absatzfördernden Bestandteil der Kampagne definiert. Sie finden sich auf dem Schaufensteraufsteller und den Deko-Würfeln sowie im LINDA Beihefter der Apotheken Umschau und diversen Online- und Social Media-Maßnahmen wieder. Tipps für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch am HV sowie konkrete Einleitungssätze liefert der zugehörige Kampagnen-Leitfaden gleich mit.

Dank der zentralseitig entwickelten Allergiekampagne muss keine Apotheke eigene Aktionen zeit- und kostenaufwendig konzipieren. Das von Marketingexperten und Pharmazeuten geschnürte Werbemittelpaket deckt alle Kanäle ab: PoS, Print, Digital und Social. Für Kaufimpulse sorgt neben dem 15 % Kampagnen-Rabatt-Coupon auch der PAYBACK Kampagnen-Coupon. Als zusätzliche Attraktivierung können Kund*innen an einem Gewinnspiel teilnehmen und sich die Chance auf hochwertige Allergiker-Bettdecken oder alternativ weitere Preise sichern.

„Die enge Verzahnung von Produktauswahl, Kaufstruktur und Werbematerialien macht die LINDA Kampagnen für die Mitgliedsapotheken so wertvoll. Es ist alles durchdacht und pharmazeutisch begleitet. Das Marketingpaket muss nur geöffnet und platziert werden. Um den Rest wurde und wird sich gekümmert. Diese Zeiterparnis ermöglicht es, dass wir uns auf andere wichtige Themen in der Apotheke konzentrieren können“ erläutert Apotheker und MVDA Kommissionsvorsitzender Kommunikation & Medien sowie Arbeitskreisleiter Kampagnen, Dr. Benjamin Lieske aus der Ickerner Markt-Apotheke, Castrop-Rauxel.

PRESSEMITTEILUNG

> ZU LINDA APOTHEKEN/LINDA AG

Das Prinzip ist einfach: Apotheker haben sich zusammengetan, um ihren Beruf mit der eigenen Apotheke vor Ort unter der gemeinsamen Dachmarke LINDA Apotheken auszuüben. LINDA ist die deutschlandweit bekannteste Premium-Apothekendachmarke selbstständiger Apotheker*innen und Marktführerin in ihrem Segment¹. Das HANDELSBLATT vergab im Ranking »Deutschlands Beste Händler 2021« in der Kategorie Apothekenkooperationen den 1. Platz an die LINDA Apotheken². Sie verfügen zudem über eine ausgezeichnete Service-Qualität³ und überzeugen durch eine herausragende Kundenzufriedenheit⁴. Auch BILD attestierte den LINDA Apotheken höchsten Kundennutzen mit dem Siegel »Deutschlands Kundenkönig 2021« in der Kategorie Apotheken⁵. Für die beste Umsetzung von Kooperationsvorgaben⁶ gewann LINDA den »Apotheken-Kooperationspreis 2021« (Coop-Study) und die LINDA eigene Kampagne zum Thema eRezept wurde ebenfalls 2021 mit dem »VISION.A Award« in Silber ausgezeichnet⁷. Der 1. Platz beim »App Award 2021« in der Kategorie Apothekenkooperationen beweist zudem, dass die LINDA Apotheken auch digital sehr gut aufgestellt sind⁸. Eigentümerin der Dachmarke LINDA Apotheken ist die LINDA AG, die sich dafür einsetzt, dass sich die selbstständigen inhabergeführten Apotheken zukunftsorientiert positionieren und ihre Eigenständigkeit und Unabhängigkeit bewahren. Sitz der LINDA AG ist Köln.

¹Auszeichnung zur »Marke des Jahrhunderts« in der Produktgattung Apotheke, Markenpreis des Verlags Deutsche Standards Editionen GmbH, 2022; ²Platz 1 bei der Studie »Deutschlands Beste Händler 2021« in der Kategorie Apothekenkooperationen, Service Value GmbH und HANDELSBLATT, 2021; ³Nr. 1 der Apothekenkooperationen, Studie »Service-Champions im erlebten Kundenservice«, Service Value GmbH und DIE WELT, 2021; ⁴Prädikat »Herausragende Kundenzufriedenheit« beim »Deutschen Kunden-Award 2020/21«, DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH), 2021; ⁵Prädikat »Höchster Kundennutzen« bei der Auszeichnung »Deutschlands Kundenkönig« in der Kategorie Apotheken, Service Value GmbH und BILD Siegel, 2021; ⁶Auszeichnung »Beste Umsetzung von Kooperationsvorgaben«, Coop-Study, IQVIA/AMI, 2021; ⁷Silberauszeichnung »VISION.A-Award« in der Kategorie »Beste Kampagne«, VISION.A – Die Digitalkonferenz von apotheke adhoc und NOVENTI, 2021; ⁸Platz 1 beim »App Award 2021« in der Kategorie Apothekenkooperationen, DtGV (Deutsche Gesellschaft f. Verbraucherstudien), 2021.

> KONTAKT

LINDA AG
Vanessa Tscholl
Leitung Marketing & Kommunikation
Emil-Hoffmann-Straße 1a
50996 Köln

t 0 22 36. 8 48 78 - 74
e tscholl@linda.de
> linda.de
> facebook.com/LINDA.Apotheken
> app.linda.de

> BILDMATERIAL



Bild 1



Bild 2

Bilderquelle

LINDA Apotheken / LINDA AG

Bildunterschrift

Frühling? Lläuft! LINDA Apotheken nutzen die Allergiesaison für Umsatzsteigerungen.