

PRESSEMITTEILUNG

Weihnatskampagne in LINDA Apotheken gestartet

Mit professionellem on- und offline Marketing von der umsatzstarken Vorweihnachtszeit profitieren

Köln, 16.11.2022 – Bis Heiligabend steht den LINDA Premium Apotheken die Winterkampagne »Wau, schon wieder Weihnachten!« zur abverkaufssteigernden Ansprache der Verbraucher*innen zur Verfügung. Online, im Print und am PoS sind alle themenorientierten Maßnahmen stringent aufeinander abgestimmt. Elf ausgewählte Kooperationspartner-Produkte, der LINDANI Online-Adventskalender und eine Mal- und Bastelaktion zur Unterstützung des Bundesverband Kinderhospiz e. V. sorgen für eine optimale Nutzung des vorweihnachtlichen Geschäftspotenzials.

Laut einer Umfrage des Kölner Instituts für Handelsforschung aus Juni 2022 sucht jede zweite Apotheke Personal. Zeit wird folglich ein immer wichtigerer Faktor. „Deshalb ist es so wertvoll, eine starke Unterstützung im Rücken zu haben, die einem gerade im Marketing vieles abnimmt. Dadurch, dass die LINDA Vermarktungsmaßnahmen optimal auf die Kaufstruktur, die Platzierungsempfehlungen in der Offizin und die Bedürfnisse der Verbraucher:innen abgestimmt sind, braucht mein Team die fertig geschnürten Pakete nur noch aufbauen und umsetzen. Das spart viel Zeit, die wir für anderes einsetzen können“, erklärt Dr. Benjamin Lieske, Inhaber der Ickerner Markt-Apotheke in Castrop-Rauxel, Vorsitzender der Kommission Kommunikation und Medien sowie Mitglied des geschäftsführenden Vorstands MVDA e. V.

Ein Hund, ein Geweih und ein aufmerksamkeitsstarkes Motto: Für die umsatzstarke Vorweihnachtszeit erhalten alle LINDA Premium Apotheken mit der Kampagne »Wau, schon wieder Weihnachten!« professionelle Werbeunterstützung, die sich vom Mainstream differenziert. Zusammen mit apothekerlichen Gremien erarbeitet werden elf Kooperationspartnerprodukte in den Fokus gestellt. 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 liefert der zugehörige Kampagnen-Leitfaden gleich mit.

Das von Marketingexpert:innen und Pharmazeut:innen geschnürte Werbemittelpaket deckt alle Kanäle ab: PoS, Print, Digital und Social, vom ePoster, über die digitale Sichtwahl, Apo-TV, Homepages und Google my Business. Für Kaufimpulse sorgen ein 15 % Kampagnen-Rabatt-Coupon und PAYBACK Kampagnen-Coupons. Als zusätzliche Attraktivierung können Groß und Klein am Online-Adventskalender teilnehmen oder mit der Mal- und Bastelaktion Engel verzieren und ein Zeichen für schwerkranke Kinder und deren Familienangehörigen setzen. Darüber hinaus spenden MVDA und LINDA zu Weihnachten 5.000 Euro an den Bundesverband Kinderhospiz und unterstützen bei der Bestückung von Überraschungspaketen.

PRESSEMITTEILUNG

> ZU LINDA APOTHEKEN/LINDA AG

Das Prinzip ist einfach: Apotheker:innen haben sich zusammengeschlossen, 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 Marktführer in ihrem Segment¹. Das HANDELSBLATT vergab im Ranking »Deutschlands Beste Händler 2022« in der Kategorie Apothekenkooperationen den 1. Platz an die LINDA Apotheken². Die LINDA Apotheken verfügen über eine ausgezeichnete Service-Qualität³ und überzeugen durch eine herausragende Kundenzufriedenheit⁴. Auch BILD attestierte den LINDA Apotheken höchsten Kundennutzen mit dem Siegel »Deutschlands Kundenkönig 2022« in der Kategorie Apotheke⁵. LINDA gewann den »Apotheken-Kooperationspreis 2021« (Coop-Study) für die beste Umsetzung von Kooperationsvorgaben⁶ 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 inhaber*innengeführten 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 2022« in der Kategorie Apothekenkooperationen, Service Value GmbH und HANDELSBLATT, 2022; ³Nr. 1 der Apothekenkooperationen, Studie »Service-Champions im erlebten Kundenservice«, Service Value GmbH und DIE WELT, 2022; ⁴Prädikat »Herausragende Kundenzufriedenheit« beim »Deutschen Kunden-Award 2021/22«, DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH); ⁵Prädikat »Höchster Kundennutzen« bei der Auszeichnung »Deutschlands Kundenkönig« in der Kategorie Apotheken, Service Value GmbH und BILD Siegel, 2022; 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-ag.de
> linda.de
> facebook.com/LINDA.Apotheken
> app.linda.de

> BILDMATERIAL



Bild 1

Quelle: LINDA Apotheken / LINDA AG

Bildunterschrift:

Große Weihnachtskampagne der LINDA Apotheken.



Bild 2

Quelle: LINDA Apotheken / LINDA AG

Bildunterschrift:

Alles fix und fertig vorbereitet – mit dem professionellen on- und offline Marketingpaket.

PRESSEMITTEILUNG



Bild 3

Quelle: LINDA Apotheken / LINDA AG

Bildunterschrift:

Mal- und Bastelaktion für den Bundesverband Kinderhospiz e. V.