



Syv tips

til de sundhedsfaglige kampagner

SUNDHEDSFAGLIG KAMPAGNE:

Kroniske smerter ved slid- og leddegigt

Første aktivitet i forårets sundhedsfaglige kampagner ruller fra 1. marts og har fokus på kroniske smerter ved slid- og leddegigt. Her kan du få 7 tips til, hvordan I understøtter den og andre sundhedsfaglige kampagner på apoteket.

1

Genopfriskning – ikke efteruddannelse

Det faglige materiale til de faste sundhedsfaglige kampagner er en støtte til apotekets rådgivning. Det skal ikke betragtes som efteruddannelse. Hvis det er den forventning, man har, bliver man formentlig skuffet over det faglige niveau. Materialet skal i stedet ses som en kort, faglig opdatering på kampagneemnet – med fokus og på et niveau, der svarer til det, man har brug for, når man rådgiver borgerne.



Find plads

Apoteket modtager mange plakater, foldere og flyers, både salgsrettede og sundhedsfaglige, og det er sikkert ikke let at finde en bar plet i kunderummet, når kampagnepakken lander. Derfor kan det være en god idé at finde en fast plads, hvor materialerne til de sundhedsfaglige kampagner kan være. I kunne fx lave et "sundhedsfagligt område".

3



2



Samtalestarter

I kan med fordel bruge det faglige materiale som samtalestarter på eksempelvis et morgenmøde. Selvom I sikkert har styr på det meste i forvejen, kan det være godt at få pudset sin viden af sammen med kollegaerne og få en samtale om, hvordan rådgivning af målgruppen for kampagnen gribes an.

4 Læg en plan



Arbejdet med kampagnerne bliver både nemmere og mere effektivt, hvis det er sat i system. Udover at sørge for at have en tovholder for kampagnerne på apoteket, kan I også på forhånd lægge en plan for, hvordan I bruger de forskellige kampagnematerialer. Hvis det er en fast del af jeres arbejds-gange, føles det lettere, og risikoen for at en kampagnepakke drukner på lageret falder.

6

Gem eller smid ud?

Selvom en kampagneperiode slutter, er det ikke givet, at apoteket skal tage alle plakater ned og gemme foldere af vejen – eller smide dem ud. Hvis I har været glade for materialerne, kan I blive ved med at bruge dem, både med det samme og ved senere lejligheder. Der kan naturligvis være kampagneemner, der knytter sig til en bestemt sæson eller sundhedsydelse, hvilket kan gøre materialerne uaktuelle i en periode. Men kampagnesiderne på apoteket.dk forsvinder ikke, så I kan til enhver tid tage dem frem igen ved behov.



Brug Facebook-gruppen

5

På Facebook driver Apotekerforeningens sekretariat gruppen "Markedsføring for apoteksansatte". Den er god at melde sig ind i, hvis man har at gøre med de sundhedsfaglige kampagner (og husk at besvare spørgsmålene ved anmodning om medlemskab – ellers bliver den ikke godkendt). Sekretariatet lægger løbende relevant information i gruppen, og I er altid velkomne til at inspirere hinanden med billeder og tips til brug af kampagnematerialet. I kan også bruge gruppen til at søge svar eller sparring, hvis I har spørgsmål eller mangler inspiration. På den måde kan I få hjælp fra både hinanden og foreningen.



7

Husk:

I bakker op om et brand

Når I på apotekerne kører en sundhedsfaglig kampagne, bliver den også bakket op af brede onlinekampagner. Det er Apotekerforeningen, der udvikler kampagnerne og sørger for at koordinere, så de forskellige indsatser spiller sammen. Den samlede indsats er en del af sektorens strategiske mål om at styrke apotekets brand som samfundets lægemiddelekspert og en del af det nære, sammenhængende sundhedsvæsen. I forhold til den målsætning tæller enhver indsats – så hver gang I udleverer en folder eller henviser til en kampagneside på apoteket.dk, er I med til at bakke op om apotekets brand.

apotek