



Termine

Seminarprogramm 2016

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht der Seminare über Inkontinenzversorgung.

SENI bietet das Programm in Kooperation mit der LAV Service GmbH an:

Termine LAV Baden-Württemberg:

13.04.2016 Freiburg

08.06.2016 Stuttgart

Dauer der Seminare:

19.00 bis 22.00 Uhr

Bitte beachten Sie:

Vorherige Anmeldung bei der LAV-Akademie ist notwendig!

Kontaktdaten:

LAV-Akademie

Telefon:

0711 / 22 33 4 - 66

E-Mail:

seminare@apotheke.de

Schulung LAV Rheinland-Pfalz

Termin:

20.04.2016 Mainz

Dauer des Seminars:

10.00 bis 17.00 Uhr

Für mehr Informationen werfen Sie einen Blick auf unsere Webseite!

➔ www.SENI.de

seni

Winterzeit macht der Haut zu schaffen

Trockene und strapazierte Haut benötigt im Winter besondere Pflege. Hilfestellung durch fachkundiges Personal überzeugt Konsumenten!

Bei Außentemperaturen unter 8 Grad Celsius reduziert der Körper die Talgproduktion auf ein Minimum, was dazu führt, dass der Schutzmantel der Haut geschwächt wird. Insbesondere Gesicht, Lippen, Schienbeine, Kopfhaut und Haare sind im Winter von Austrocknung gefährdet. Da in der kalten Jahreszeit eine reichhaltigere Pflege als im Sommer benötigt wird, ist die Beratung durch das Fachpersonal in Apotheken besonders wichtig.

Aufgrund der trockenen Hautstellen sollte auf die Verwendung von fetthaltigen Cremes hingewiesen werden. Anwenden ist von Cremes mit zu hohem Feuchtigkeitsgehalt abzuraten, da bei niedrigen Temperaturen Erfrierungen drohen. Die vierteilige Pflegeserie SENI Care UREA – bestehend aus einer Creme (10% Urea), Körperemulsion (4%), Cremedusche (3%) sowie einem Shampoo (3%) – bietet eine ideale Rundumversorgung der Haut.

Die Creme mit dem höchsten Urea Anteil verschafft gezielte Verbesserung bei rauen und trockenen Körperpartien. Sie reguliert den Abschuppungsprozess, wodurch die Haut weich und

geschmeidig wird. Das SENI Care UREA Shampoo wurde speziell für trockene Kopfhaut konzipiert. Es lindert den lästigen Juckreiz und hilft die natürliche Feuchtigkeitsbalance wieder herzustellen. Cremedusche und Körperemulsion halten die Haut feucht, verhindern Wasserverdunstung und sorgen für einen optimalen Schutz.

Durch regelmäßige Anwendung der aufeinander abgestimmten Produktreihe wird eine optimierte Feuchtigkeitsversorgung gewährleistet und das Hautbild verbessert. Verbraucher können die hochwertige Pflegeserie exklusiv sowohl in Apotheken als auch Sanitätshäusern erwerben.



seni

Journal

Ausgabe A 1 | 2016

Rückblick auf ein erfolgreiches Jahr

Die Qualität der Beratung für Fachpersonal und Verbraucher stand im Mittelpunkt

Mehr auf Seite 2



Impressum

Herausgeber: TZMO Deutschland GmbH

Waldstrasse 2 • D-16359 Biesenthal • T: 03337 / 45 13 29-0 • F: 03337 / 45 13 29-99 • info@tzmo.de • www.tzmo.de

Design, Konzeption & Redaktion: ITMS Marketing GmbH • www.itms.de | Redaktionelle Mitarbeit: Agata Henkel, Christina Wamser, Mathias Mandler, Michael Rausch, Melanie Meier

Alle Rechte vorbehalten. Kopien als Ganzes oder in Teilen sind ohne schriftliche Erlaubnis verboten. Die geschriebenen Zitate sowie Veröffentlichungen

und die Kommentare von Gastredakteuren repräsentieren nicht zwangsläufig die Meinung von TZMO. © Copyright 2016

Bildquellen Copyrights: S4. RRF via Fotolia.com

Ausblick auf erfolgreiches Jahr 2016

SENI startet mit technischen Entwicklungen und neuen Marketing-Strategien

➔ Seite 3

Tipps für Themenwoche „Blasenschwäche“

Sonderaktionen zur Aufklärung und Förderung des Abverkaufs

➔ Seite 3

Hautpflege in der kalten Jahreszeit

Hilfestellung durch fachkundiges Personal überzeugt Konsumenten

➔ Seite 4



Die Qualität der Beratung stand im Mittelpunkt

Im Jahr 2015 widmete sich SENI der Weiterbildung von Fachberatern in Apotheken und der Aufklärung von Endverbrauchern

SENI veranstaltete im vergangenen Jahr Seminare für Fachpersonal aus Apotheken zur Beratungskompetenz und Komplettversorgung bei Inkontinenz. Zudem veröffentlichte SENI mit ihrer Endverbraucherbroschüre ein Ratgeberheft mit Informationen rund um den Alltag mit Blasenschwäche.

Die Seminare helfen dem Fachpersonal ihr Basiswissen zu erweitern und eine für den Kunden optimale Anamnese durchzuführen. Für den Apotheker wie für den Kunden können wichtige Entscheidungen über die Behandlung und Therapie zusammen getroffen werden. Die Identifikation der Beschwerde hilft schließlich bei der Bestimmung des richtigen Produktes für den Kunden.

Qualifizierte SENI Außendienstmitarbeiter geben eine Einführung in das Thema Inkontinenz und beschreiben mögliche

Ursachen, Ausprägungen und Formen. Beim Beratungsgespräch-Coaching werden psychologische Aspekte und der richtige Umgang mit dem Kunden geschult. Dem Fachpersonal werden die Auslöser für die psychologischen Probleme der Betroffenen erläutert und weiterführend die Kundenbedürfnisse wie beidseitiges Vertrauen, Diskretion und eine qualitative Beratung aufgezeigt. Ein abschließender Sortimentsüberblick und Anwendungsbeispiele der SENI Versorgungssysteme geben Tipps für eine individuelle Versorgung des Kunden und eine Anpassung der Systeme. Die Seminare veranstaltet SENI drei Mal im Jahr in Zusammenarbeit mit den Landesapothekerverbänden in ganz Deutschland.

„Wir sind mit dem Verlauf des Jahres 2015 sehr zufrieden. Unsere Seminare haben dazu beigetragen, dass die Beratungskompetenz des Fach-

personals gestiegen ist und sich auf professionelle Weise mehr mit dem Thema Inkontinenz beschäftigt wurde. Nur eine kompetente Beratung und angewandte Pflege sorgen für eine entsprechend qualitative und wirtschaftliche Inkontinenzversorgung“, betont Piotr Daszynski, Geschäftsführer von TZMO Deutschland.

Mit der neuen Endverbraucherbroschüre speziell für Besucher in Apotheken und Sanitätshäusern gibt SENI hilfreiche Tipps rund um den Alltag mit Blasenschwäche für Betroffene und pflegende Angehörige. Das 16-seitige Ratgeberheft hat ein handliches Format und beinhaltet Erläuterungen zu den Ausprägungen der Inkontinenz bis hin zu effektiven Behandlungsmöglichkeiten, eine Aufstellung von verfügbaren Hilfsprodukten und einfachen Übungen für den Alltag.

Mit vielen Neuerungen in das Jahr 2016

SENI startet mit neuen Entwicklungen und Marketing-Strategien ins Jahr

Auch für das Jahr 2016 hält SENI spannende Neuerungen für Endverbraucher und Fachpublikum parat. Die Vorstellung der neuen SENIControl App, die Neugestaltung des Internetauftritts sowie die Durchführung gezielter Werbeaktivitäten und die Fortsetzung der erfolgreichen SENI Journale stehen im Mittelpunkt.

Mobile-App für Betroffene und pflegende Angehörige

SENI präsentiert in diesem Jahr eine Innovation – die SENIControl App für Smartphones. Mit Hilfe des elektronischen Miktionsstagebuches können Inkontinenzbetroffene die tägliche Flüssigkeitsaufnahme sowie die Harnmenge notieren. Durch die genaue Aufzeichnung der Urinabgänge lässt sich der Inkontinenzgrad bestimmen. Der Anwender erhält mehr Klarheit über seinen Zustand sowie Empfehlungen zur Optimierung der Versorgung. Die integrierten Anleitungen für ein Trainingsprogramm zur Stärkung der Beckenbodenmuskulatur helfen dem Anwender aktiv die Symptome der Blasenschwäche zu lindern.

Online-Auftritt in neuem Design und mit intuitiver Bedienung

Die Neugestaltung der Webseite von SENI wird die Benutzung für Endverbraucher und das Fachpersonal vereinfachen. Mit einem neuen Design und einer klaren sowie übersichtlichen Gestaltung wird die Webseite besonders anwenderfreundlich. Neue Besucher können sich noch leichter über das Thema Inkontinenz informieren und gleichzeitig wichtige Produktinformationen erhalten. Ebenfalls wird der Bereich für das Fachpersonal überarbeitet. Durch die einfache Bedienoberfläche wird die



Bereitstellung von branchenrelevanten Informationen gewährleistet und der Anwender erhält einen Überblick über Neuigkeiten im Pflegebereich und bevorstehende Termine.

SENI Care UREA wird mit eigener Kampagne bedacht

Neben der Fortsetzung der bisherigen, sehr erfolgreichen Werbemaßnahmen wird SENI eine eigene Kampagne für die neue Körperpflegeserie SENI Care UREA durchführen. Im Fokus steht vor allem die Steigerung der Markenbekanntheit bei Endverbrauchern und dem Fachpublikum. Die Wahl eines neuen Anzeigenmotives stärkt nicht nur die Wahrnehmung der Hautpflegeprodukte, sondern hilft SENI gleichzeitig bei der Positionierung im Bereich der medizinischen Hautpflege.

Fortsetzung der erfolgreichen SENI Journale

SENI veröffentlicht auch in diesem Jahr das sich stetig wachsender Beliebtheit erfreuende SENI Journal. In den rund viermal jährlich erscheinenden Ausgaben erfahren Leser alle wissenswerten Informationen rund um die Marke SENI, Entwicklungen der Produktwelt wie auch fachliche Beiträge zu Themen wie Beratung, Pflege, Verkauf und Marketing. Zudem bietet das Journal einen Überblick der wichtigsten anstehenden Termine zu Fachseminaren und Messen, bei denen SENI vertreten ist.

Agata Henkel
Agata Henkel

Leitung Marketing und Kommunikation bei SENI

Tipps für die Themenwoche „Blasenschwäche“

Sonderaktionen helfen bei der Aufklärung und fördern den Abverkauf nachhaltig

Mit Hilfe fachlicher Veranstaltungen für den Kunden präsentiert sich die Apotheke als kompetenter Ansprechpartner zu Gesundheitsfragen. Gleichzeitig werden Marken oder Produkte an den Verkaufsflächen, auch Point of Sale (PoS) genannt, gekonnt in Szene gesetzt.

Themenwochen müssen gut vorbereitet sein. Geeignete Informationsunterlagen helfen Kunden bei der Orientierung und dienen als erste Anlaufstelle. Idealerweise werden diese an prominenter Stelle gut sichtbar platziert. Eine aufmerksamkeitsstarke und informative Dekoration der Schaufenster erfüllt diese Aufgabe und ist der erste wichtige Kontakt des Kunden mit der Apotheke. SENI unterstützt Apotheken in diesem Bereich mit neuen PoS-Werbemitteln und stellt u.a. Plakate der aktuellen Kampagne sowie große Deko-Würfel für die Schaufenster zur Verfügung.



In der Aktionswoche erhält der Besucher genaue Informationen zum Thema und relevanten Produkten. SENI unterstützt die Durchführung der Themenwoche, versorgt die Apotheken mit umfangreichen und individuellen Materialien rund um das Thema Blasenschwäche. Zur direkten Verkaufsförderung werden neben klassischen Broschüren auch Gratisproben des gesamten Sortiments zur Verfügung gestellt. Die Vorteile für Apotheken liegen in der Unterstützung durch SENI und dem Rundum-Paket für die Themenwoche.

Interessenten einer Themenwoche „Blasenschwäche“ sprechen am besten den für Sie zuständigen Ansprechpartner bei SENI direkt an – die neuen PoS-Artikel werden ab März 2016 verfügbar sein!