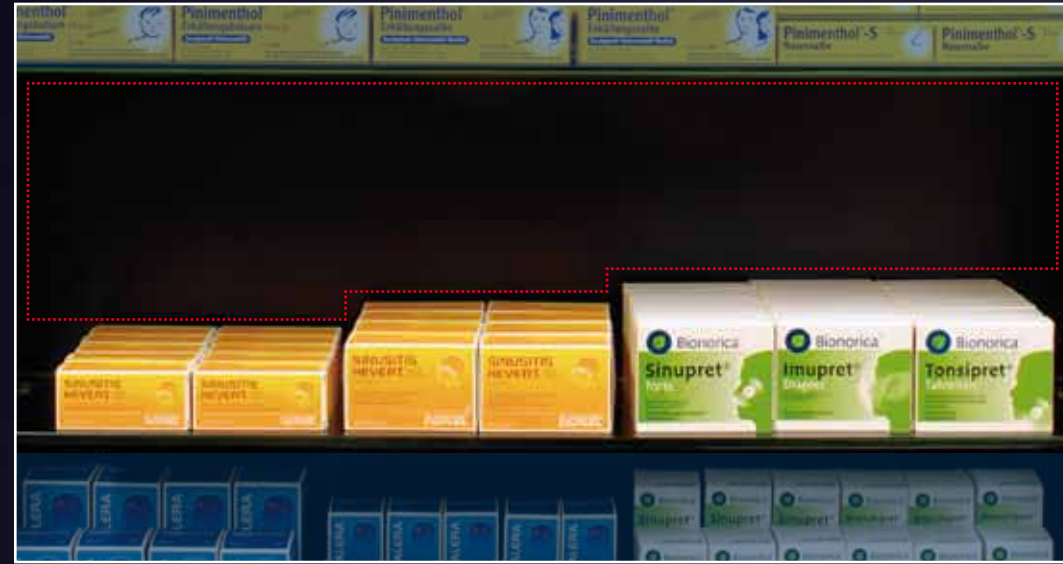


## OTC-schappen - donkere gaten?



**ca. 75%**

Ca. 75 % van de zichtbare wand is leeg

We hebben het tot nu toe niet genoemd, maar toch is het ook erg belangrijk te beseffen dat uw schappen niet alleen uit een bodem bestaan. Hoeveel % van wat de klant ziet is simpelweg achterwand? 10%? 50%? Of zelfs 70%?

50 tot 70% van standaard schappen bestaan uit saaie houten, gekleurde of gespiegelde achterwand. Door het toepassen van het OTC-plus systeem verhoogd u de zichtbaarheid van uw producten tot ca. 75-95%.



**ca. 25%**

**Actieve verkoop:** slechts ca. 25% van de achterwand is zichtbaar, de rest bestaat uit uw perfect gepresenteerde producten.

Keurig geordende productschappen zijn niet alleen mooi voor het oog, maar het is een overzichtelijke presentatie voor uw klanten welke hierdoor ook sneller tot aankoop besluiten.

De hoeveelheid producten lijkt gegarandeerd groter, terwijl u uw voorraad veel beter af kunt stemmen op de daadwerkelijke omzet. Vanaf nu wilt u het niet anders meer!

**OTC Plus-Systeem: Voorraad optimaliseren, Perfect presenteren.**

# OTC PLUS

De OTC-presentatietrap - De trap naar succes

Er leidt geen lift naar succes  
- men moet de OTC-TRAP nemen!!

Emil Oesch, Zwitserland, schrijver.



# OTC PLUS

De OTC-presentatietrap - De trap naar succes

## Dit is het **uitgangspunt:**



Volle schappen, de OTC-producten flink op elkaar gestapeld in de hoop dat de klant wat koopt zijn verleden tijd. We weten allemaal dat in supermarkten hele studies geweid worden aan presentatie! Maar ook de apotheker moet zijn waren professioneel presenteren.

### Het economisch uitgangspunt:

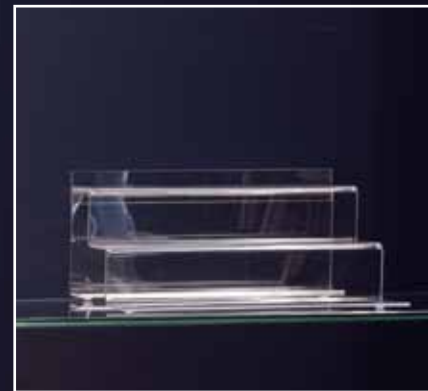
Apothekers hebben tegenwoordig een professionele OTC afdeling. Ze weten welke producten een hoge en lage omloopsnelheid hebben. Ze plannen doelgericht, vermijden hoge voorraden en de bijbehorende investeringskosten. Ze werken niet meer met patiënten maar met klanten.

Die klant wordt zo duidelijk mogelijk geattendeerd op de te verkopen producten om zo impulsaankopen te stimuleren.

## De weg naar **succes**

Optimale productpresentatie is de leuze. Duidelijker gepresenteerd, minder verpakkingen en een breder assortiment is de **eerste stap** naar succes.

Het werktuig voor zo'n goede presentatie is een geheim; men ziet het niet, men bemerkt het niet, maar toch: het werkt en biedt een oplossing die gewoon "eenvoudig doch mooi" is. En dat is de **tweede stap** naar succes.



Uw producten perfect gepresenteerd op een trapje van hoogwaardig acryl. Dit gebeurt met originele volle en/of lege verpakkingen. Bijvoorbeeld apotheken met een robot kunnen hier extra efficiëntie behalen.

Het op deze wijze presenteren van uw producten maakt het voor uw klanten aantrekkelijker om te kopen. Uw personeel is veel minder tijd kwijt met het aanvullen van de schappen en kan meer tijd besteden aan de klant.



De OTC-presentatietrap – De trap naar succes.

## De apotheek van **morgen**



Slim geïnvesteerd- verstandig gepresenteerd. Met een eenmalige investering verandert u uw schappen in een professionele productpresentatie. Uw klanten kunnen uw producten duidelijker bekijken en zullen eerder tot aankoop overgaan.



De OTC-presentatietrap – De trap naar succes.

De "Dat heb ik nodig-impuls" genereert spontane aankopen en verhogen uw omzet. En het kost u nog minder arbeid ook. Verpakkingen vallen niet meer om en staan altijd netjes in zicht en met minder verpakkingen (dus een lagere investering) heeft u meer omzet.

### Eindelijk meer tijd voor klanten

Apotheken welke al in het bezit zijn van een robot kunnen eenvoudig de werkwijze voor OTC producten aanpassen; elk product wat verkocht wordt, kan bij het scannen voor het afrekenen een opdracht geven aan de robot om dat product te leveren. De assistente kan de schappen dan direct aanvullen waardoor deze er altijd perfect uit blijven zien. Men hoeft dan later op de dag geen tijd vrij te houden om de schappen aan te vullen.

## Modeloverzicht\* met **voorbeelden.**

Voor het exacte model verwijzen wij u naar het bestelformulier.

**Het S-model**  
(2-traps)

Het S-model is geschikt voor planchetten met een diepte van 17 cm. Hier past ca. 70% van alle gangbare OTC-producten op.

**Het N-model**  
(2-traps)

Het N-model is geschikt voor planchetten van 17 cm en dieper. Hier past ca. 90% van alle gangbare OTC-producten op.

**Het K-model**  
(2-traps)

Het K-model werd oorspronkelijk voor cosmetische producten ontwikkeld. Hier passen vooral de wat diepere producten op.

**Het 3-traps model**

Het 3-traps model is bijzonder geschikt voor zalven en tubes en/of vlakke verpakkingen.

**Die 4-traps model**

Het 4-traps model is vooral geschikt voor kleine verpakkingen.

Voorbeeld:  
3-traps model  
(optioneel met  
informatielijst)

informatielijst schap

## Last voor het oog!

Voor



Vanuit de marketing komt de term: "last voor het oog". Dat bieden de meeste apotheken hun klanten door de eenvoudig opgestapelde OTC producten. Dit blokkeert de aankoopimpuls van de klant.

Na



Door de driedimensionale productpresentatie kunnen uw klanten de productnamen goed zien. Daardoor wekt u interesse en stimuleert u de aankoopimpuls.

Dit ontwerp is in het gemeenschapsregister voor de gehele EU geregistreerd onder nr 001265995-003.

De OTC-presentatietrap – De trap naar succes.