

MMR Beschreibungen zu den einzelnen Auswertungen

In der Regel werden für MMR-Verkaufsanalysen im Fall von Stückelung bzw. Substitution die tatsächlich **abgegebenen** Artikel gewertet.

Einige Analysen werten abweichend davon die offiziell **taxierten** Artikel aus. Zu diesen Auswertungen finden Sie jeweils einen entsprechenden Hinweis in der Beschreibung.

Der Umsatz und Rohertrag im Managementreport ist um Ihre MMR-Ausschluss-PZN und Produktfilter geschmälert.

Dashboard – Betriebswirtschaftliche Kennzahlen

In dieser Auswertung werden im Fall von Stückelung bzw. Substitution ausnahmsweise die offiziell **taxierten** Artikel statt der tatsächlich abgegeben Artikel gewertet.

B1a – Besorgerquote Gesamt

Die ungewollte Besorgerquote signalisiert die Verkaufsbereitschaft Ihres Warenlagers. Eine zu hohe Quote der ungewollten Besorgungen verursacht viele Nachlieferungen, Abholscheine, zusätzliche Handlingskosten, stresst Mitarbeiter und erzeugt unzufriedene Kunden. Die Neinverkäufe sind in dieser Grafik nicht enthalten.

B1b – Besorgerquote RX

Die Grafik B1b ist analog der Grafik B1a aufgebaut. In dieser Grafik wird nur die Abgabebestimmung Rezeptpflicht ausgewertet.

B1c – Besorgerquote SW

Die Grafik B1c ist analog der Grafik B1b aufgebaut. In dieser Grafik wird nur die Abgabebestimmung Apothekenpflicht ausgewertet.

B1d – Besorgerquote FW

Die Grafik B1d ist analog der Grafik B1b aufgebaut. In dieser Grafik wird nur die Abgabebestimmung Nicht-Apothekenpflicht ausgewertet.

B1e – Struktur Besorgungen

Anhand der Struktur erkennen Sie für die letzten 6 Monate, in welchen Bereichen ihre ungewollten Besorgungen entstehen. Hier wird zwischen Lager- und Nichtlagerartikeln unterschieden, mit weiterer Unterteilung nach Abgabebestimmungen, wobei auch Neinverkäufe (Umsatzverlust) berücksichtigt sind.

B2a – LUG Gesamt

Die Lagerumschlagsgeschwindigkeit LUG zeigt den Pulsschlag Ihres Lagers. Es wird für die Lagerartikel der Ø-Lagerbestand zu VK (netto) ins Verhältnis zum 12-Monats-VK-Umsatz (netto) gestellt. Jeder einzelne Monatswert ist ein Ø der 3 letzten Monate, um die Wirksamkeit von Kurzfrist-Maßnahmen zu beurteilen.

B2b – LUG RX

Die Grafik B2b ist analog der Grafik B2a aufgebaut. In dieser Grafik wird nur die Abgabebestimmung Rezeptpflicht ausgewertet.

B2c – LUG SW

Die Grafik B2c ist analog der Grafik B2b aufgebaut. In dieser Grafik wird nur die Abgabebestimmung Apothekenpflicht ausgewertet.

B2d – LUG FW

Die Grafik B2d ist analog der Grafik B2b aufgebaut. In dieser Grafik wird nur die Abgabebestimmung Nicht-Apothekenpflicht ausgewertet.

B3a – %-Entwicklung Umsatz vs. Bestand

Um den Verlauf der Umsatz- und Bestandsentwicklung von Lagerartikeln beurteilen zu können, wird die Entwicklung beider Werte in % dargestellt. Sie sollte möglichst proportional zueinander erfolgen. Zur Eliminierung saisonaler Effekte wird jeder Monat mit seinem jeweiligen Vorjahres-Monat verglichen.

Hinweis: In dieser Auswertung werden im Fall von Stückelung bzw. Substitution ausnahmsweise die offiziell **taxierten** Artikel statt der tatsächlich abgegeben Artikel gewertet.

B3b – €-Entwicklung Umsatz vs. Bestand

Um die Entwicklung beider Kennzahlen zu betrachten, sind die Einzelwerte der Monate wichtig. Daher wird die absolute Entwicklung des Lagerwerts und des Gesamtumsatzes in Euro dargestellt. Die Höhe des Warenlagers soll in richtiger Proportion zum Umsatz stehen.

Hinweis: In dieser Auswertung werden im Fall von Stückelung bzw. Substitution ausnahmsweise die offiziell **taxierten** Artikel statt der tatsächlich abgegeben Artikel gewertet.

B4 – ABC-Artikel-Analyse

Die ABC-Analyse setzt die Struktur von Lagerartikeln in den Bereichen Umsatz der letzten 12 Monate, Lager-Positionen und Bestandswert in Beziehung: A-Artikel erzielen 70 % Umsatzanteil bei einem Lager-Positions-Anteil von max. 20 %, C-Artikel dagegen nur 5 % bei einem häufig überproportionalen Lageranteil.

B5 – Rasterfahndung nach Ladenhütern

Nicht oder nur geringfügig verkaufte Artikel in den letzten 12 Monaten beanspruchen unnötige Lagerkapazitäten. Diese Artikelanzahl muss reduziert und die Packungstiefe pro Artikel abgebaut werden. Die Tabelle zeigt, in welchen Lagerbereichen diese Ladenhüter vorhanden sind.

P1a – Bestandskorrekturen

Bestandskorrekturen (Bestandsfehler!) werden durch Bedienungsfehler in der Warenwirtschaft verursacht. Identifizieren Sie diese, um Korrekturen zu vermeiden, und erfassen Sie Schwund durch Verfall, Beschädigung, Diebstahl usw. immer als Abschreibungen! Gewertet werden die Anzahlen korrigierter Positionen.

P1b – Struktur Bestandsänderung

Anhand der Struktur der Bestandsänderungen können Sie erkennen, welche Lagerbereiche von den Korrekturen betroffen sind. Gewertet wird die Anzahl der korrigierten Positionen. Ebenso ist es ersichtlich, in welchen Programmen die Bestandsänderungen vorgenommen wurden.

P2a – ABC-Direktlieferanten-Analyse

Diese ABC-Analyse zeigt, dass 70 % des Bezugsumsatzes von 12 Monaten mit wenigen A-Lieferanten realisiert werden, aber nur 5 % mit sehr vielen C-Lieferanten. Hohe Rabatte der B- und C-Lieferanten verdecken dabei meist die überproportional hohen Einkaufs-, Prozess- und Handlings-Kosten (Rabattfalle).

P2b – Struktur ABC-Direktlieferanten

Die Struktur der ABC Direktlieferanten gibt Auskunft über die Anzahl Ihrer Direktlieferanten, bei denen Sie innerhalb der letzten 12 Monate Ware bestellt haben.

P3 – Struktur Direkteinkauf

Jede einzelne Direktbestellung bei Anbietern und deren Lieferung kostet Geld. Hier wird analysiert, welche Auftragshöhen bei den Direktlieferanten erreicht werden. Im Clustervergleich bewertet wird der Prozentanteil (12 Monate) der Auftragshöhen bis einschließlich 300,- EUR.

P4 – Neuanlagenüberwachung

Hier werden die Verkaufszahlen von Neuanlagen, die vor mind. drei und max. sechs Monaten auf Lager gelegt wurden, betrachtet, denn Neuanlagen der letzten 3 Monate genießen noch „Welpenschutz“. Ist der Anteil der 0 Mal verkauften Neuanlagen überproportional hoch, sollten Sie Ihre Einlistungs-Regeln überprüfen.

P5a – Retourenquote Gesamt

Jede Retoure kostet Geld, auch wenn der EK zu 100 % erstattet wird. Grundsätzlich sind Retouren zu vermeiden. Es soll nur die Ware eingekauft werden, die auch tatsächlich verkauft werden kann. Grundlage ist hier die Anzahl Positionen.

P5b – Retourenquote Großhandel

Eine genaue Zuordnung der Retourengründe nach Retourenverursacher (beginnend mit APO: und GH:) beim Erstellen der Retoure für den GH ermöglicht eine Auswertung. Grundlage ist hier die Anzahl Positionen.

P5c – Retourenquote Direktlieferanten

Hier sehen Sie die Retourenquote für Ihre Direktlieferanten (Anbieter) separat. Grundlage ist hier die Anzahl Positionen.

P5d – Retourenwerte

Es werden nur die gebuchten Rechnungswerte berücksichtigt. Der Tabelle können Sie die Anzahl der retournierten Artikel, deren Wert sowie den hierdurch entstandenen Zeitaufwand entnehmen.

M1 – Quote Zusatzverkauf

Wie häufig gibt es bei einem Rezeptverkauf (GKV, PKV, Grünes Rezept) innerhalb desselben Bons einen zusätzlichen Normalverkauf («Zusatzverkauf»)? Hierbei wird nur der Offizin-Bereich analysiert, also nur Kernöffnungszeiten und kein Backoffice. Reine Süßwaren-Zusatzverkäufe zählen für die Quote nicht.

M2 – Umsatz pro Offizinkunde

Die Grafik stellt den Umsatz pro Offizinkunden (wirtschaftlich) in der Verkaufsart Normalverkauf mit den Abgabebestimmungen Apothekenpflichtig und Nicht-Apothekenpflichtig innerhalb der Kernöffnungszeit und ohne Backoffice-Verkäufe dar.

M3 – Rohertrag pro Offizinkunde

Die Grafik stellt den Rohertrag pro Offizinkunden (wirtschaftlich) in der Verkaufsart Normalverkauf mit den Abgabebestimmungen Apothekenpflichtig und Nicht-Apothekenpflichtig innerhalb der Kernöffnungszeit und ohne Backoffice-Verkäufe dar.

M4 – Absatz pro Offizinkunde

Die Grafik stellt den Absatz (Packungen) pro Offizinkunden (wirtschaftlich) in der Verkaufsart Normalverkauf mit den Abgabebestimmungen Apothekenpflichtig und Nicht-Apothekenpflichtig innerhalb der Kernöffnungszeit und ohne Backoffice-Verkäufe dar.

M5a – Kunden pro Mitarbeiter pro Stunde

Es werden nur Kundenbesuche innerhalb der Kernöffnungszeiten betrachtet. Die Mitarbeiterereinsatzplanung soll sich nicht nur an der Jahres-, sondern auch an der Wochenfrequenz orientieren. Sie haben starke und schwache Frequenztage. An diese Frequenzschwankungen soll der Mitarbeiterereinsatz angepasst werden.

M5b – Kunden pro Mitarbeiter

In der Tabelle sehen Sie dazu die Anzahl aller Bediener an den HV-Kassen und somit die Bedienzeit je Kundenbesuch pro Mitarbeiter. Jeder Bediener, welcher an der Kasse arbeitet, wird für eine Viertelstunde mitgezählt.

M6 – Kundenfrequenz

Die Grafik zeigt Ihnen zum Auswertungsmonat die Anzahl der Offizin-Kundenbesuche pro halbe Stunde innerhalb Ihrer Kernöffnungszeiten. Nutzen Sie diese Angaben für Ihre Mitarbeiterereinsatzplanung.

V1a – Kundenentwicklung Offizin

Eine der elementarsten Größen in der Apotheke ist die Entwicklung der Kundenanzahl. Speziell Kundenzuwächse oder -rückgänge im Offizinbereich signalisieren die Attraktivität Ihrer Apotheke. Bewertet wird der 12-Monatstrend Ihrer Offizinkunden in Prozent in Relation zu allen Apotheken des Clusters.

V1b – Kundenentwicklung Backoffice

Die Grafik V1b ist analog der Grafik V1a aufgebaut. In dieser Grafik werden die Backoffice-Kunden dargestellt.

V1c – Kundenentwicklung Gesamt

Die Grafik V1c ist analog der Grafik V1a aufgebaut. In dieser Grafik wird die Kundenentwicklung gesamt dargestellt.

V2a – Ø-Bonentwicklung Umsatz

Wie entwickelt sich der Umsatz, Rohertrag pro Bon / Kunde im Monatsdurchschnitt in den letzten 4 x 3 Monaten?

V2b – Ø-Bonentwicklung Rohertrag

Die Grafik V2b ist analog der Grafik V2a aufgebaut. In dieser Grafik wird der Rohertrag ausgewertet.

V2c – Ø-Bonentwicklung Absatz

Die Grafik V2c ist analog der Grafik V2a aufgebaut. In dieser Grafik wird der Absatz ausgewertet.

V3a – %-Rohertrag Gesamt

Wie entwickelt sich Ihr Rohertrag nach Abgabebestimmung in den letzten 4 x 3 Monaten? Was für ein Gesamt-Rohertrag wird von vergleichbaren Apotheken erwirtschaftet? Nur eine möglichst genaue EK-Buchung aller Wareneingänge mit Berücksichtigung der realen Konditionen liefert ein aussagekräftiges Ergebnis.

V3b – Preislagenstruktur RX

In welcher Preislage werden wie viele Packungen im Monatsdurchschnitt in den letzten 3 Monaten und den letzten 12 Monaten im Vergleich zum Vorjahreswert verkauft? Ausgewertet werden Packungszahlen, die der Abgabebestimmung RX (Rezeptpflichtig) entsprechen.

V4a – Analyse nach Abgabebestimmung

Hier sehen Sie die prozentuale Zusammensetzung eines Durchschnitts-Bons der letzten zwölf Monate nach Umsatz, Absatz, Wareneinsatz und Rohertrag; betrachtet einmal hinsichtlich Abgabebestimmungen und einmal hinsichtlich Verkaufsarten.

V4b – Bonanteile nach Packungen

In der folgenden Tabelle werden Wareneinsatz, Rohertrag und Aufschlag je Bonanteil und Packung dargestellt; Betrachtung einmal hinsichtlich Abgabebestimmungen und einmal hinsichtlich Verkaufsarten.

V5 – Verluste und Erlösminderungen

Wieviel Rabatte geben Sie als Kundenbindungsinstrument aus? Sind Ihre erzielten Preise kostendeckend? Wie hoch sind Ihre Abschreibungen? Diese Werte werden hier lang- und kurzfristig dargestellt; die Rabatte beziehen sich auf die von Ihnen erzielten, im Gegensatz zu Ihren eingetragenen Verkaufspreisen.

Hinweis: In dieser Auswertung werden im Fall von Stückelung bzw. Substitution ausnahmsweise die offiziell **taxierten** Artikel statt der tatsächlich abgegeben Artikel gewertet.

S1a – Ø-Rohertrag SW

Hier wird der Ø-Rohertrag (3-Monatswert) der letzten 12 Monate für alle apothekenpflichtigen Artikel des Normalverkaufs nur von Offizin-Kunden in Prozent dargestellt. Durch die Darstellung der kurzfristigen Entwicklung sehen Sie, ob und wie sich Ihre Preisgestaltung der apothekenpflichtigen Artikel auswirkt.

S1b – Struktur SW

Anhand der Preislagenstruktur können Sie erkennen, in welcher Preislage wie viele Packungen verkauft wurden.

S2a – Ø-Rohertrag FW

Die Grafik ist analog der Grafik S1a aufgebaut. In dieser Grafik wird die Abgabebestimmung Nicht-Apothekenpflicht dargestellt.

S2b – Struktur FW

Die Grafik ist analog der Grafik S1b aufgebaut. In dieser Grafik wird die Abgabebestimmung Nicht-Apothekenpflicht dargestellt.

S3a – ABC Warengruppen SW

Die Tabelle listet die aktuellen Lagerartikel der Top 7 Sichtwahlwarengruppen nach ihrer Umsatz-ABC-Bedeutung in der Verkaufsart Normalverkauf auf. Die ABC-Struktur signalisiert die Qualität der aktuellen Sortimentsauswahl der SW-Warengruppe.

S3b – Struktur ABC Warengruppen SW

Diese Tabelle weist die Veränderung zum Vorjahr und die Anteile an der Gesamtgruppe Sichtwahl aus.

S4a – ABC Warengruppen FW

Die Grafik S4a ist analog der Grafik S3a aufgebaut. In dieser Grafik wird die Abgabebestimmung Nicht-Apothekenpflicht dargestellt.

S4b – Struktur ABC Warengruppen FW

Die Grafik S4b ist analog der Grafik S3b aufgebaut. In dieser Grafik wird die Abgabebestimmung Nicht-Apothekenpflicht dargestellt.

S5 – Brutto-Nutzen-Ziffer SW-Warenlager

Diese Kennzahl, berechnet auf 12-Monatsbasis, verbindet die Aspekte Bestellweise, Absatz und Preis-Gestaltung und gibt an, wieviel % des im Warenlager gebundenen Ø-Wertes als Rohertrag an die Apotheke zurückfließt. Die Auswahl der dargestellten Warengruppen richtet sich nach den Grafiken S3a/b.

S6 – Brutto-Nutzen-Ziffer FW-Warenlager

Die Grafik S5 ist analog der Grafik S6 aufgebaut. In dieser Grafik wird die Abgabebestimmung Nicht-Apothekenpflicht dargestellt. Die Auswahl der dargestellten Warengruppen richtet sich nach den Grafiken S4a/b.

K1 – Kundenprofilanalyse

Kennen Sie Ihre Kundengruppen? Richten Sie Ihre Sortimente auf Ihre Kundenprofile aus? Haben Sie diese in entsprechender Auswahl auf Lager?

K2 – Anteil Stammkunden

Wie hoch ist der Stammkundenanteil gemessen an dem wirtschaftlichen Kundenzähler in der Offizin?

K3a – Rohertrag Gesamt nach Kundentyp %

Die Aufschlüsselung der prozentualen Unterschiede zwischen Roherträge Gesamt je Verkauf (Durchschnitt) von Stammkunden zu Nichtstammkunden in der Offizin zeigt Ihnen Potentiale für die Stammkundengewinnung an. Zudem sehen Sie durch den Clustervergleich mögliche Potentiale zur Rohertragssteigerung.

K3b – Rohertrag Gesamt nach Kundentyp €

Die Grafik ist analog der Grafik K3a aufgebaut. Die Aufschlüsselung der Euro-Unterschiede zwischen Roherträge Gesamt je Verkauf (Durchschnitt) von Stammkunden zu Nichtstammkunden in der Offizin wird dargestellt.

K3c – Rohertrag Normal nach Kundentyp %

Diese Grafik ist analog der Grafik K3a aufgebaut. Die Aufschlüsselung der prozentualen Unterschiede zwischen Normalverkauf-Roherträge (Durchschnitt) von Stammkunden zu Nichtstammkunden in der Offizin wird dargestellt.

K3d – Rohertrag Normal nach Kundentyp €

Die Grafik ist analog der Grafik K3a aufgebaut. Die Aufschlüsselung der Euro-Unterschiede zwischen Normalverkauf-Roherträge (Durchschnitt) von Stammkunden zu Nichtstammkunden in der Offizin wird dargestellt.

K3e – SW/FW Spannen nach Kundentyp

Die Spannen-Aufschlüsselung für Non-RX je Quartal im Normalverkauf (Durchschnitt) von Stammkunden und Nichtstammkunden in der Offizin zeigt Ihnen Auswirkungen von Rabatten, Aktionen und Angeboten an.

K4 – ABC-Stammkunden-Analyse

Die ABC-Analyse nach Rohertrag Ihrer Offizin-Stammkunden zeigt, dass wenige A-Kunden viel zum Rohertrag beitragen (70 %), viele C-Kunden dagegen nur wenig. Wichtig ist bei C-Kunden das Verhältnis Rohertrag zu Besuchszahl, also ob sie auch viel Aufwand verursachen oder gar zu hohe Rabatte gewährt bekommen.

K5 – Stammkunden-Rasterfahndung

Diese Rasterfahndung schlüsselt Ihre Stammkunden (ohne „Inaktive“) nach Besuchszahlen der letzten 12 Monate auf: Die Bandbreite reicht von Top-Kunden, die fast jeden Monat oder sogar öfter bei Ihnen einkaufen bis zu Ihren „Kartelchen“. Je Bon wird auch bei mehreren Subtotals nur ein Besuch gezählt.

K6a – Altersstruktur Stammkunden

Die Altersstruktur Ihrer Offizin-Stammkunden zeigt Ihnen, ob alle Altersgruppen ausgeglichen in Ihrer Apotheke auftreten oder ob bestimmte Altersgruppen unter- und andere dafür überrepräsentiert sind. Achtung: Aussagefähige Grafik nur bei konsequenter Pflege von Geburtsdatum und Geschlecht erhältlich!

K6b – Rohertrag-Analyse nach Altersstruktur

Die Aufschlüsselung der Roherträge nach Altersstruktur Ihrer Stammkunden in der Offizin zeigt Ihnen die Gewichtung an. Zudem können Sie für den Normalverkauf überprüfen, ob Ihre Sortimente die gewünschten Zielgruppen ansprechen. Zur Pflege der Geburtsdaten gilt dasselbe wie bei Grafik K6a.