


DocMorris
Apothekenmagazin

Vorschlag für:
Innovation-Case-Präsentation

100 Vor-Ort-Apotheken 1 Versandapotheke 1 zentrales Medium



Über 21.000 Apotheken in Deutschland,
aber nur
eine starke Marke.



DocMorris

7.600

Individualisierungen pro Ausgabe möglich

Herstellung im Inline-Verfahren (Offset und Inkjet):

101 Versionen

7.600 Individualisierungen

VORTEIL:

Versionen und Individualisierungen können kostenneutral beliebig variiert werden.

Customizing – Individualisierung durch den Kunden



Über 600 Namens-, Adress- und Foto-Individualisierungen

Über 2.800 Produkt- und Preis-Individualisierungen

DocMorris Apothekenmagazin
AUSGABE 21-2009 00000000

GRATIS für Sie!

Ich bin gewappnet!

Sieben Tage oder eine Woche dauert eine Erkältung. Falsch. Geht sie in einen lästigen Husten über, müssen wir uns noch länger damit herumschlagen. Deshalb: rechtzeitig gegensteuern.

HERMES Cevit® 3,83 €

Wick Inhalierstift®** 3,87 €

Aktions-Gutschein

Über 4.200 Coupon- und Gutschein-Individualisierungen

Aufgaben:

- ✓ **Markenaufbau**
- ✓ **Kundenbindung**
- ✓ **Verkaufsförderung**

JETZT AUCH

Neukundengewinnung mit Corporate Publishing



Vertriebswege:

Vor-Ort-Apotheken

Das Magazin soll Kunden an die stationäre Apotheke binden.

Deshalb:

- Apotheker-Portrait auf der Titelseite
- Apotheker-Portrait im Expertenrat
- Adresse, Anfahrtsskizze
- Öffnungszeiten
- Apotheken-individuelle Preise



Versandapotheke

Das Magazin wird den Versandpäckchen beigelegt. Deshalb:

- Auf ca. A5-Format gefalzt funktioniert die Titelgestaltung ebenfalls
- Geringes Gewicht

Postwurfsendungen

Das Magazin wird als Postwurfsendung genutzt.

Deshalb:

Handliches Format, leicht zu falzen oder einzurollen

Neukundengewinnung

Zeitungsbeilagen

Das Magazin wird als Zeitungsbeilage genutzt.

Deshalb:

- Gesamtgewicht unter 40 Gramm
- Tabloid-Format

Neukundengewinnung

Eine neue Mediengattung –

das Promo-TabMag

Ein **Tabloid-Magazin**,
das verkauft und unterhält

! **nutzwertiger** als ein Prospekt

! **farbiger** als eine Zeitung

! **größer** als ein Magazin

Redaktionelles Konzept



Vier Themenbereiche pro Ausgabe:

Redaktionelle Umsetzung der zentral gesteuerten monatlichen Aktionen im Produkt-Sortiment

- Aufmacher-Artikel mit direktem thematischen Bezug
- Seite mit den Produkten der aktuellen Themenaktion
- Jeder Apotheker gibt seine eigenen Preise für alle Produkte individuell an

3
Seiten



Wellness, Beauty, Natur

- Naturheilverfahren und Kosmetik
- Wichtiger Teil des freiverkäuflichen Sortiments

1
Seite



Pharmazeutische Themen

- Indikationsspezifisch aufbereitet
- Begleitet von den passenden Produkten

1
Seite



Unterhaltung

- Mixseite mit Meldungen und kurzen Produktvorstellungen
- Kinderseite
- Gewinnspielseite

3
Seiten





Die ganze Kommunikation

Siemensstraße 6
61352 Bad Homburg

Fon +49 (0)6172/670 – 264
www.wdv.de