

Karjalainen Arja: Kvalitatiivinen markkinointitutkimus apteekin asiakaslehdestä

Projektityön ohjaaja: KTM Päivi Malinen, Kajaanin Ammattikorkeakoulu

ISBN 951-981-066-0

ISSN 0789-4317

Työpaikkani, Kajaanin II Raatihuoneen apteekki, on osakkaana Oma Plus Apteekkipalvelut Oy -nimisessä apteekkitetjussa. Yksi ketjun toimintamuodoista on asiakaslehden julkaiseminen. Oma Plus -lehti on 12 sivuinen tabloid -tyyppinen lehti. Se jaetaan kotiin ilmaisjakeluna kunkin ketjuun kuuluvan apteekin toiminta-alueella. Lehti ilmestyy 4 kertaa vuodessa vuodenaikoihin jaksotettuna, helmikuussa, toukokuussa, syyskuussa ja marraskuussa. Lehdessä on asiantuntijoiden laatimia artikkeleita terveydenhuollon eri sektoreilta. Lisäksi kullekin apteekille on varattu 2 omaa sivua, joiden materiaalin apteekki tekee tai hankkii itse.

Projektityön tarkoituksena on kehittää Oma Plus Apteekkitetjun asiakaslehteä. Tavoitteena on asiakkaita kiinnostava lehti, joka vahvistaa asiakassuhteita ja luo positiivista yrityskuvaa Kajaanin Raatihuoneen apteekista. Työssä selvitettiin asiakkaiden mielipiteitä nykyisestä lehdestä ja kartoitettiin heidän toiveitaan ja odotuksiaan lehden suhteen.

Asiakkaiden mielipiteitä lehdestä selvitettiin 2 eri tavalla: lehtikyselyllä ja teemahaastattelulla. Toukokuun Oma Plus lehteen sijoitettiin kysely, jossa tiedusteltiin asiakkaiden mielipiteitä lehdestä. Palautettujen kyselyjen määrä jäi hyvin pieneksi, vastausprosentti oli 0,14, joten kyselyn tulokset jäivät vähäisiksi. Saadut tulokset ovat kuitenkin saman suuntaisia kuin teemahaastattelujen tulokset. Teemahaastattelussa haastateltiin 4 naista, iältään 28-53 vuotta ja 2 miestä, iältään 40 ja 61 vuotta. Haastateltavat olivat eri ammattiryhmiä. Aikaa kuhunkin haastatteluun kului 1-2 tuntia.

Useimmat haastateltavat olivat sitä mieltä, että asiakaslehti on hyvä tapa, jolla apteekki voi tiedottaa toiminnastaan. Yksi miespuolinen haastateltava piti hyviä asiointikokemuksia apteekissa parhaana mainoksena, jonka rinnalla lehdet ovat ”kevyitä”. Yleensä asiakaslehti koettiin apteekin avautumisena ja lähentymisenä asiakkaitaan kohti. Lehden lukijakunnaksi arvioitiin terveydestään kiinnostuneet keski-ikäiset ja vanhemmat ihmiset.

Asiasanat: apteekki, asiakaslehti, markkinointi, kvalitatiivinen, tutkimus