**Pressmeddelande:**

**Nykomlingarna på apoteksmarknaden förbättrar service och kompetens**

2012-02-07

**ScandInfo Marketing Research genomför sedan april 2010 Apoteksradarn som är en kontinuerlig varumärkesundersökning där bl a svenskarnas kännedom och uppfattning om apotekskedjorna följs. Trackingen visar att några av de mindre apotekskedjorna stärkte sitt varumärke inom service och kompetens under sista kvartalet 2011.**

Den avreglerade apoteksmarknaden har fått en hel del kritik och Apoteksradarn visar att nykomlingarna på marknaden ända från början har haft svårt att imagemässigt konkurrera med Apoteket AB när det gäller att t ex ha serviceinriktad och kompetent personal. Apoteket AB behåller sin starka ställning men under förra kvartalet förbättrades resultaten på dessa båda egenskaper kraftigt för Vårdapoteket och Boots, två av de mindre aktörerna på marknaden.

* Uppenbarligen har dessa kedjor gjort något rätt under senare tid, säger Göran Erasmie på ScandInfo Marketing Research. Personalen hos de nya aktörerna kommer ofta från det gamla apoteksmonopolet och det finns ingen rationell anledning att tro att personalen är mindre kunnig bara för att den arbetar hos en ny apotekskedja. Det är dock uppfattningar om kedjornas image som vi mäter och de är inte alltid rationellt grundade utan baseras även på känslor och hörsägen. Vårdapoteket och Boots har påtagligt lyckats förändra bilden av sig bland allmänheten som känner till dem. Det skall bli spännande att se om de lyckas hålla ställningarna och om övriga konkurrenter också kommer förbättra sina varumärken på dessa parametrar.

Apoteksradarn mäter även faktisk kundnöjdhet vid senaste besök hos de olika kedjorna. Även om Apoteket AB även där presterar bättre än konkurrenterna är skillnaderna väsentligt mindre än den imagemässiga skillnaden.

*Fakta:*

*Apotekradarn är en varumärkestracking som genomförs av ScandInfo Marketing Research sedan april 2010. Varje vecka genomförs 75 intervjuer online med ett riksrepresentativt urval av individer i åldrarna 18-70 år. Urvalen dras slumpmässigt ur datainsamlingsföretaget Norstats telefonrekryterade och representativa Guldpanel med cirka 75 000 medlemmar i Sverige. Apoteksradarn mäter kännedom (spontan och hjälpt), apotekskedjor som besökts (någon gång, senast), syfte med senaste besök, nöjdhet med senaste besök, preferens, medlemskap i kundklubbar, image och demografi. Imagefrågan består av 15 attribut där respondenten får koppla samman attributet med det/de apotek som denne känner till och tycker passar in.*

**För mer information:**

Göran Erasmie, ansvarig för Apoteksradarn på ScandInfo Marketing Research

031 – 743 44 78/0709-49 24 08

goran.erasmie@scandinfo.se

http://www.scandinfo.se