

STRUKTURVERÄNDERUNG IM PHARMA-MARKETING

„Im Bereich des Pharma-Marketings findet eine komplette Strukturveränderung statt“, konstatiert Martina Sawhney, Leiterin der etablierten Pharmamarketing- und -sales-Agentur betterbyphone. Der Trend zeichnet sich schon seit einigen Jahren ab: Viele Pharmahersteller ergänzen ihren Außendienst durch die Einbeziehung von externen Fachunternehmen. Auch basierend auf der veränderten Gesetzeslage ist eine grundlegende Strukturveränderung in Gang gekommen. Ärzte werden durch neue gesetzliche Regelungen in ihrer Verordnungsfreiheit immer weiter eingeschränkt. Das wirkt sich direkt auf das Pharma-Marketing aus. Viele Außendienst-Mitarbeiter müssen völlig neue Aufgabenbereiche wahrnehmen. Als Ergänzung beziehen die Pharmaunternehmen immer stärker Fachdienstleister in ihr Marketing ein - so z. B. für den Vertrieb von OTC- und RX-Produkten. Die Anforderungen an deren Mitarbeiter sowie die Aufgabenstellungen sind dabei hoch differenziert: „Wer hier nicht schnell und flexibel ist und intelligente Dienstleistungen anbieten kann, hat schon verloren“, konstatiert Sawhney. Ihr Unternehmen passe sich den Marktveränderungen an und stehe deshalb „seit Jahren an führender Position“ in der Branche der Direktanbieter. Zum Erfolg trage auch wesentlich bei, dass das Unternehmen für jeden Auftraggeber stets exklusive Teams einsetze. Schnelle Reaktionszeiten sind das A und O. So habe ihr Unternehmen erst kürzlich innerhalb von 48 Stunden die Mitarbeiterzahl eines der Exklusiv-Teams verdoppelt. „Wir sind die Spezialisten auch in der Beratung zur Umsetzung von neuen Strategien“, betont Sawhney und weist darauf hin, dass ein Telefonat „genauso gut sein muss, wie die Außendienstbetreuung“. Um das zu erreichen, lasse sich das jeweilige Exklusiv-Team von betterbyphone das Bestellverhalten der letzten zwei Jahre sämtlicher für ein Pharmaunternehmen zu betreuenden Apotheken darstellen. „Jedes Gespräch setzen wir neu auf“, erklärt Sawhney. Mit ihrem fundierten Hintergrundwissen und der profunden Marktkenntnis werden dann für jedes Telefonat individuelle Gesprächsstrategien entwickelt. Das inhaltliche Know-how ihrer Mitarbeiter muss dabei laut Sawhney schon vor der Strategieumstellung da sein. Die Übernahme der Daten realisiert der oberfränkische Pharma-Dienstleister binnen einer Woche - was nicht weniger sei, als die Strategie des Pharma-Kunden in eine Strategie der EDV umzusetzen. „So können wir Apothekern und Ärzten die gewohnten Konditionen anbieten und kennen ihre spezifischen Wünsche. Es gibt keinerlei Bruch in Ansprache und Betreuung“, erläutert die betterbyphone-Leiterin die Situation. Der Strukturwandel hat begonnen. Wer als Direktmarketinganbieter wie betterbyphone zu den Gewinnern gehören will, muss nicht nur äußerst flexibel sein, sondern auch über Kompetenz, Know-how und innovative Technologien verfügen.

betterbyphone ist eine hoch spezialisierte Pharmamarketing- und -sales-Agentur. Seit 1999 realisiert das unabhängige Unternehmen dialogorientierte Lösungen, um den Erfolg seiner Kunden und deren Produkte im Markt zu steigern. Aufbauend auf In- und Outbound-Telefonservices, werden weitere integrierte Dienstleistungen, wie ein Apothekendirektbestellsystem, Waren- und Musterlogistik, E-Detailing und Lettershop angeboten. Zur Philosophie von betterbyphone gehört es, ausschließlich mit Fachpersonal aus dem medizinischen Bereich zu arbeiten: angefangen bei Arzthelferinnen und PTAs über Naturwissenschaftler bis hin zu Ärzten. Für die Aufträge der Kunden werden exklusive Teams gebildet, die in eigens für das Projekt zugeteilten Räumen arbeiten. So gewährleisten die Spezialisten eine hohe Identifikation der Mitarbeiter für die Aufgaben ihrer Kunden, was die Projekte überdurchschnittlich erfolgreich werden lässt.

Abdruck honorarfrei. Wir freuen uns über ein Belegexemplar!