



## Trends bei CRM und Pharmaaußendienst

### Ganzheitliche Ausrichtung

Immer mehr Informationen prasseln auf uns ein - Internet und sozialen Netzwerken sei „Dank“. Die Herausforderung liegt für den Außendienst darin, den Kunden über diese neuen Kommunikationswege anzusprechen und über erstklassige persönliche Betreuung ans Unternehmen zu binden.

Moderne CRM-Systeme können hier helfen. Der Außendienst ist aber auf die Unterstützung durch die anderen vertriebsrelevanten Unternehmensabteilungen angewiesen. Kundenbeziehungspflege wird als CRM-Gedanke häufig noch nicht ganzheitlich im Unternehmen umgesetzt. Von Beate Stolze, Leiterin Marketing & Vertrieb, Passus GmbH.

[Bitte lesen Sie hier weiter](#) ▶



Foto: Stock photo

## Vom Produkt- zum Kundenmanagement

### Pharma entdeckt den Kunden

Am Anfang steht das Wissen über die Kunden, vor allem die Bedürfnisse des individuellen Kunden. Während in der Vergangenheit entweder anonyme Informationen aus der Marktforschung oder vom einzelnen Außendienstmitarbeiter kamen, bietet das CRM-System die Möglichkeit, die personenspezifischen Bedürfnisse für eine individuelle Zielgruppenansprache zu nutzen, über schnelle, persönliche Kundenfeedbacks Rückschlüsse zu ziehen und die Serviceleistungen so schnell und gezielt zu verbessern.

Die Zeiten ändern sich. Während Pharmaunternehmen früher dem Arzt ihre Produkte vorgestellt haben, müssen sie sich heute fragen: Welches der vielen Netzwerke hat womöglich eine Positiv- oder Negativliste? Verhandeln wir mit den Krankenkassen nur über Rabatte oder geht es nicht um mehr? Was sagen die Patienten im Blog zu Wirkung und Nebenwirkung? Wer ist der Kunde? Verstehen wir wirklich, was Patienten, Ärzte oder Kostenträger heutzutage beschäftigt und was das für uns bedeutet? Eine Neuausrichtung vom Produkt- zum Kundenmanagement drängt sich unwillkürlich auf. Erfolgreiches Kundenmanagement ist allerdings mehr als die Einführung eines CRM-Systems. Von Petra Glaser, EU Payer CRM, Business Process Lead, Lilly Deutschland GmbH.

[Bitte lesen Sie hier weiter](#) ▶

## Weitere Themen CRM

- ▶ Pharmavertrieb im Wandel
- ▶ Professionelles Datenmanagement
- ▶ CRM als Chance in rückläufigen Märkten
- ▶ CRM im Mittelstand – verschenkte Möglichkeiten

## Onlinewerbung

### Schönes Wachstum

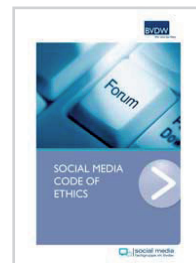
Der Bruttowerbedruck im Internet steigerte sich im Gesamtjahr 2009 im Vergleich zum Vorjahr um plus



Foto: Stock photo

9,9% auf 1,6 Mrd. Euro. Die ersten beiden Quartale schlossen mit einem Plus von 15,6% bzw. plus 4,6% ab, das dritte Quartal blieb bei einem Plus von 1,2% nahezu auf Vorjahresniveau. Das vierte Quartal entwickelte sich für das Medium Online analog der Above-the-Line-Medien mit einem Plus von 17,3% als bestes Quartal. Quelle: Nielsen

## Social Media Code of Ethics



Social Media Code of Ethics - bitte klicken

### Umgangsformen

Der Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW) gibt den Leitfaden für den Umgang mit Social Media heraus. Er umfasst sechs Empfehlungen: Respekt, Sachlichkeit, Erreichbarkeit, Glaubwürdigkeit, Ehrlichkeit und Rechte (u. a. Datenschutz).

## Webzukunft

### Handy vor Computer

Der Mensch wird zunehmend in ein digitales Leben eingebunden. Bereits bis 2013 sollen webfähige Handys Computern beim Internetzugang den Rang ablaufen. Das prognostiziert das Marktforschungsunternehmen Gartner. „Die mobile Web-Nutzung wird zur Selbstverständlichkeit“, hofft Daniel Ott, Sprecher der Initiative D21. Derzeit liege die alleinige mobile Web-Nutzung, also ohne zusätzlich verfügbare PC-Internet-Verbindung, in



Foto: Apple

Deutschland zwar noch unter 2%. Dennoch sei ein Eintreffen der Gartner-Prognose realistisch. Dieser zufolge soll die Zahl der PCs in den kommenden drei Jahren weltweit auf 1,78 Mrd. Stück zunehmen. Webfähige Mobiltelefone und Smartphones sollen die Computer bis 2013 jedoch mit 1,82 Mrd. Einheiten übertrumpfen.



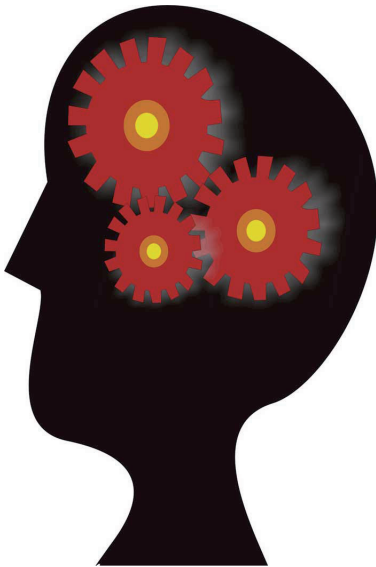


Foto: Stock photo

## Pharmavertrieb im Wandel

### Prozesse abbilden und unterstützen

Die Rahmenbedingungen im Pharmavertrieb ändern sich. Das bedeutet fast zwangsläufig auch Umstrukturierungen im Vertrieb. CRM-Systeme im Pharmavertrieb wandeln sich mittlerweile teilweise wieder zurück von dem „Spezialsystem“ hin zum „Standardsystem“, mit dem sich die Vertriebsprozesse übergreifend abbilden lassen.

Der Wandel hin zu schlankeren, spezialisierteren und schlagkräftigeren Vertriebskanälen verlangt nach CRM-Systemen, die flexibel genug sind, diese Prozesse effektiv zu unterstützen. Intelligentes und zielgruppenspezifisches Direktmarketing, verbunden mit nutzbringenden Serviceleistungen für den Kunden, versprechen eine enge Kundenbindung und den daraus resultierenden Nutzen in Form von Umsatzsteigerungen. Dem CRM-System kommt dabei die Aufgabe zu, neben dem reinen Data-Mining auch Funktionen zur Administration und Durchführung solcher Aktionen anzubieten. *Von Thomas Stöcker, geschäftsführender Gesellschafter, SalesCom GmbH.*

[Bitte lesen Sie hier weiter ▶](#)

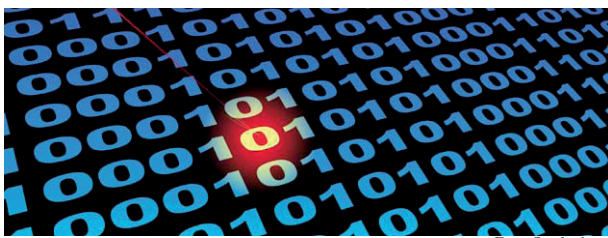


Foto: Stock photo

## Professionelles Datenmanagement

### Grundlage für erfolgreiche CRM-Strategien

Aktives Datenmanagement und die Gewinnung von Kundenwissen ist einer der Bereiche im CRM-Umfeld, der am wenigsten Aufmerksamkeit erhält, allerdings große Chancen in der Nutzung bietet und langfristig den Verantwortlichen die größten Bauchschmerzen verursacht.

Das liegt vielleicht daran, dass viele Interessengruppen, wie IT, Marketing, Vertrieb und Geschäftsleitung, involviert sein müssen – und sich so zwangsläufig Herausforderungen in der Umsetzung ergeben. Zahlreiche Beispiele aus der Healthcare-Branche, z. B. Kampagnen-ROIs von über 180%, belegen das Potential, welches damit erschlossen werden kann. *Von Nataly Moews, Client Service Director, Pepper GmbH.*

[Bitte lesen Sie hier weiter ▶](#)

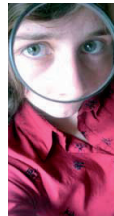


## Informationsrecherche

### Auskunft im Web 2.0

89% der Journalisten durchsuchen für Recherchen Blogs. 65% greifen auf Social Media, wie Facebook oder LinkedIn, zurück und 52% nutzen Microblogging-Dienste, zum Beispiel Twitter. 61% recherchieren in Wikipedia, der Online-Enzyklopädie. *Quelle: Cision, George Washington Universität (GWU)*

## 4. Europäischer Datenschutztag

Foto:  
Stock Photo

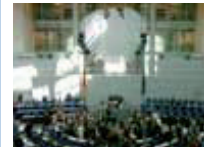
### Gläserner Patient

Am 28.1. stand die Sicherung sensibler Gesundheitsdaten auf der Agenda. Das sei besonders wichtig, weil unter dem Vorwand der Bekämpfung des Terrorismus das Recht auf Privatsphäre beschränkt werde. Diskutiert haben Datenschutzbeauftragte des Bundes und der Länder.

## Kommission des Bundestages

### Auf der Suche nach Empfehlungen

Die Unionsfraktion will eine Enquete-Kommission des Parlaments zu gesellschaftlichen Auswirkungen des Computerzeitalters installieren.

Foto: Deutscher Bundestag/  
Lichtblick/Achim Melde

Bis 2012 soll diese Handlungsempfehlungen erarbeiten, wie mit den „Herausforderungen und Entwicklungschancen der digitalen Informationstechnologien“ umgegangen werden sollen. Der Staat müsse Rahmenbedingungen setzen.



## Google

### Kartellbeschwerden

Die Microsoft-Tochter Ciao hat aufgrund „unfairer Vertragsbedingungen“ Beschwerde beim Bundeskartellamt gegen Google eingereicht. Das Amt hat das Verfahren eingeleitet. Auch Zeitungs- und Zeitschriftenverleger gehen beim Bundeskartellamt gegen Google vor. Die Verleger fordern eine Bezahlung für die Anzeige der Suchtreffer, der sogenannten „Snippets“. Außerdem hat der Kartendienst-Anbieter Euro-Cities Beschwerde gegen das kostenlose Anbieten von Karten via „Google maps“ eingereicht.

Medizinarium.de  
Ansprechpartner Anzeigen, Banner und  
Kooperationen: Christian Schäfer  
E-Mail: christian.schaefer@medizinarium.de  
Tel.: 089/255575704 Fax: 089/255575705

Neues aus der Medizin. Gutes für Ihre Gesundheit.  
**medizinarium**<sup>®</sup>



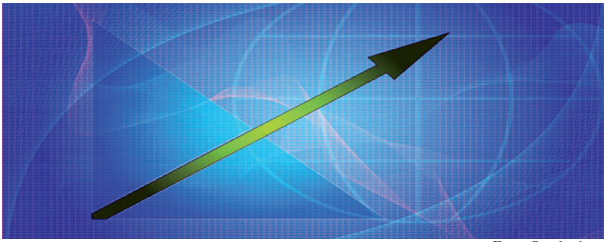


Foto: Stock photo

## CRM als Chance in rückläufigen Märkten

### Optimierungspotentiale nutzen

Für Unternehmen aus dem Lifesciences- und Pharmabereich, die sich in stagnierenden Märkten bewegen, wird die Nähe zu ihren Kunden immer wichtiger. So sind neben dem verschreibenden Arzt völlig neue Zielgruppen mit völlig unterschiedlichen Profilen entstanden.

Der Einsatz eines CRM-Systems ist im Lifesciences-Bereich also unabdingbar, und das Scheitern eines CRM-Projekts hätte angesichts der Wettbewerbssituation gravierende Folgen. Die Anforderungen an das System nehmen aber zu, nicht nur, weil die Zahl der Kundengruppen wächst. Auch an die verarbeitete und dargestellte Informationsbreite und -tiefe werden erhöhte Anforderungen gestellt. Und: Kundenbeziehungen, Organisationen und Märkte sind nicht statisch. CRM ist eine Reise, deren Ziel sich unterwegs immer verschieben kann. Von Thomas Deutschmann, CEO der update software AG.

[Lesen Sie hier weiter](#)

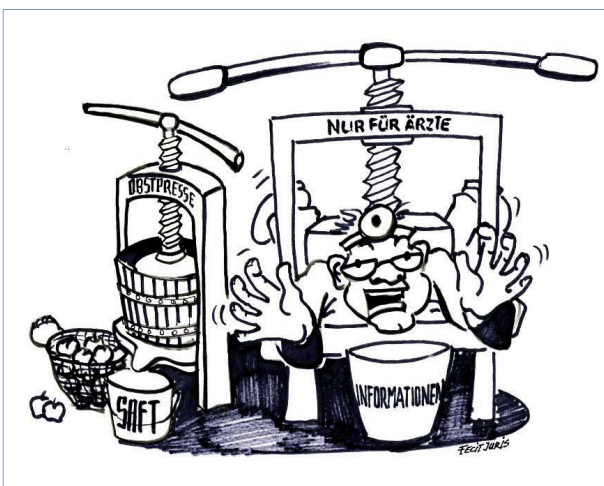
## CRM im Mittelstand

### Verschenkte Möglichkeiten

Hat der deutsche Mittelstand die Bedeutung von CRM für den Unternehmenserfolg bereits erkannt? In der Theorie wohl schon. In der Praxis aber sieht es etwas anders aus. Die Mehrzahl der Unternehmen betrachtet CRM als etwas Wichtiges, doch nur eine Minderheit verfügt über differenzierte Integrationsstrategien.

Doch damit verschenken die betroffenen Unternehmen Vorteile eines CRM-Systems, die es hinsichtlich effizienterer und effektiverer Prozesse sowie Kommunikation eröffnen kann. Oft fehlt das Wissen über Nutzen und Kosten. Von Hanna Sachse, Redaktion PM-Report.

[Bitte lesen Sie hier weiter](#)



SelbsthilfeWiki

## Gesundheitslexikon im Internet

### SelbsthilfeWiki

Wie Wikipedia ist SelbsthilfeWiki ein Mitmach-Lexikon. Jeder Leser kann Artikel verfassen und bearbeiten. Derzeit sind ca. 800 Artikel am Start. Die Wiki-Plattform wird getragen vom gemeinnützigen Verein SelbsthilfeWiki, Hamburg. Das Projekt wird unterstützt vom Gesundheitsportal [www.netdoktor.de](http://www.netdoktor.de), der Stiftung Gesundheit ([www.stiftung-gesundheit.de](http://www.stiftung-gesundheit.de)) und dem Ratgeberverlag ([www.ratgeberverlag.de](http://www.ratgeberverlag.de)).



Foto: Stock photo

## Social Media

### Spielwiese

60% der größten Marken in Deutschland sind auf Social-Media-Seiten aktiv. Der mit einem Anteil von 39% am häufigsten von den deutschen Unternehmen genutzte Online-Dienst ist Twitter, gefolgt von YouTube (37%) und Facebook (28%). Corporate Blogs scheinen kaum Anklang zu finden, da nur 12% der Marken entsprechende Angebote betreiben.

Quelle: Universität Oldenburg, Konstruktiv

## Online beeinflusst Kaufentscheidungen



Studie von tns Infratest  
- bitte klicken

### Hart vergleichen

Immer mehr Deutsche kaufen Produkte erst nach einer ausführlichen Internet-Recherche. Und das gilt für Online-Shopping wie für Vor-Ort-Käufe in Läden. Rund 70% der Internetuser nutzen „häufig“ oder „regelmäßig“ das Internet als Recherchehilfe.

Quelle: Kaufentscheidung: Überzeugungskraft kommt aus dem Internet, tns Infratest

## Social Media ist top

Bei Social Media existiert eine erstaunliche Übereinstimmung der Nutzerpräferenzen über die Ländergrenzen (Daten für USA und sechs europäische Länder inkl. Deutschland) hinweg. Facebook schaffte am häufigsten den Sprung auf das Siebertreppchen mit den meisten Nutzern, so in den USA, UK und Italien. In Deutschland vereinten die VZ-Netzwerke und Facebook im Dezember 2009 rund 11,9 Mio. Besucher. Das sind 184% mehr als ein Jahr zuvor. YouTube und Wikipedia kommen bei uns auf jeweils über 13 Mio. Besucher.

Quelle: Nielsen

**EUROFORUM**  
The Conference Company

## Gesundheitspolitik 2010

- Finanzierung
- Versorgung
- Wettbewerb

18. - 19.03.2010  
Berlin