



Tablets als Patentrezept



Die Zeitfenster, die Ärzten wie Apothekern für Gespräche mit Pharmaver tretern zur Verfügung stehen, werden aufgrund des zunehmenden Drucks im Arbeitsalltag immer kleiner. Umso mehr gilt es daher für die Außendienstmitarbeiter, die relevanten Informationen so genau, schnell und übersichtlich wie möglich auf den Punkt zu bringen. Die Anbieter von Tablet-PCs versprechen hier Großes.

Autor: Hubert Falk

Laut Eric Newmark, Analyst bei IDC Health Insights, geben Allgemeinmediziner Pharmareferenten weniger als 30 Sekunden pro Interaktion. Wie der Experte in seinem Blog schreibt, wird die meiste Zeit für das Abzeichnen von Medikamentenmustern aufgewendet. Auch wenn sich Fachärzte in spezifischen Behandlungsumfeldern mehr Zeit für die Gespräche mit Außendienstmitarbeitern nehmen: Es zählt mehr denn je eine passgenaue Ansprache der Ärzte, Apotheker und Einkäufer. Der schnelle Zugang zu Informationen, um dem Gegenüber alle Fragen so präzise wie möglich beantworten zu können, wird zum entscheidenden Kriterium.



Kundenkontakte im Blick: Call-Plan eines Außendienstmitarbeiters auf dem iPad.

Zeitersparnis und Qualität sind daher die schlagenden Argumente für den Einsatz mobiler Lösungen in Form von Tablet-PCs. Dies fängt beim physischen Handling an und hört bei interaktiven Darstellungsformen nicht auf. Vor dem Hintergrund, dass es auf Sekunden ankommt, kann bereits das Hochfahren eines Laptops das Zünglein an der Waage sein. Ein iPad ist demgegenüber sofort einsatzbereit und dank fokussierter Apps gelangt der Mitarbeiter gezielt zur gewünschten, nach seinen Vorstellungen aufbereiteten Information. Zudem steht das Tablet nicht wie eine Mauer zwischen Referent und Zielperson, sondern liegt flach auf dem Tisch und kann bei Bedarf jederzeit dem Gesprächspartner in die Hand gedrückt

werden, damit dieser die Visualisierung bestimmter Zusammenhänge noch schneller vor Augen hat und auch weiter hinterfragen kann.

Das Potenzial der neuen mobilen Geräte kann im Sinne von Business Intelligence (BI) gezielt ausgeschöpft werden. Aktuell sind die Pharmaaußendienstmitarbeiter in vielen Fällen nur rudimentär an die Analysemöglichkeiten angebunden wie sie innerhalb des Unternehmens über Arbeitsplatzrechner oder das Intranet vorliegen. Die Lücke zwischen internen Abläufen und dem Kenntnisstand des Außendienstes kann über die direkte Anbindung an die zentrale Datenbank via Smartphones und Tablets jetzt effizient geschlossen werden. Es kommt jedoch auf medienbruchfreie Anwendungen an. Die gewünschten Daten müssen nicht nur aktuell, sondern auch bedarfsgerecht und zum jeweiligen Instrument passend aufbereitet werden können. Ein Report am Desktop folgt anderen Usability-Kriterien als eine Auswertung auf dem iPad oder Smartphone. Gleich ist allein die Datengrundlage.

Mit mobilen Lösungen sind Pharmaunternehmen in der Lage, die Darstellung der im Außendienstalltag notwendigen Information beispielsweise stets an die jeweilige Plattform und den gewünschten Zweck anzupassen – eine optimale Grundlage für Flexibilität im Vertriebsgespräch. Informationen zu verschiedenen Präparaten können im Sinne der stichhaltigen

Beratung auf unterschiedlichste Weise dargestellt und somit auch in den Köpfen der Gesprächspartner verankert werden.

Da direkt auf die zentrale Datenbank zurückgegriffen werden kann, sind die Daten stets aktuell. Mit wenigen „Fingerstrichen“ gelangt der Mitarbeiter sofort zu den Argumenten, die er in der aktuellen Situation benötigt – seien es Ergebnisse zu neuen Wirkungen der Präparate bei bestimmten Therapien, Statistiken zur Medikation oder ähnliches. Statt eines stumpfen Reportings erhalten die Anwender tiefere Dateneinsichten in grafisch intuitiver Aufbereitung, die auch der Erfolgskontrolle des Referenten selbst dienen. Die Zeiten von Tabellen und Papierbergen sind passé. Zudem können unterschiedlichste Datentöpfe in die Aufbereitungen des Außendienstmitarbeiters einbezogen werden. Die Aussagekraft beschränkt sich nicht mehr allein auf interne Zahlen und Ergebnisse. Im konkreten Fall lassen sich so beispielsweise auch Pollenflugberichte, wenn es um den Vertrieb von Antihistaminen geht, kurzfristig in die Datengrundlage einbeziehen und mit anderen Entwicklungen in Verbindung setzen und einheitlich darstellen. Gleiches gilt für Marktdaten oder Studienergebnisse, wie sie unter anderem die IMS Health zur Verfügung stellt. Je nach Anforderung können spezifische Fragestellungen auf diese Weise schnell und souverän vor Ort beantwortet werden – was sich klar auf den Erfolg eines Referentengesprächs auswirkt.



Doch nicht nur während der Termine mit Ärzten, Apothekern oder Einkäufern spielt die mobile BI-Lösung ihre Stärken aus. Bereits im Vorfeld kann sich ein Referent gezielt auf die Gespräche vorbereiten. Er erhält praktisch von überall aus Zugriff auf Verkaufszahlen pro Produkt oder Region und kann anhand dieses verlässlichen Zahlenmaterials und dieser speziellen Segmentierungen viel einfacher die Prospects für bestimmte Präparate identifizieren. Über die Analyse, welche Person für welches Produkt wie empfänglich ist, können Einsätze strukturiert und effektiv geplant werden.

Ebenso lässt sich der Aufwand bei der Erfassung der Gesprächsinhalte durch mobile Lösungen deutlich senken – bei gleichzeitiger Steigerung der Datenqualität. Denn über mobile Plattformen und Erfassungsmöglichkeiten lassen sich Protokolle und individuelle Ergebnisse sofort im Anschluss an einen Termin strukturiert in die zentrale Datenbank zurück schreiben. Besuchsdaten können auf diese Weise zügig weiterverarbeitet werden. Beispielsweise können die Anzahl sowie Art von ausgegebenen Arzneiprobe oder Marketing- oder Informationsmaterialien sofort gemeldet und erforderliche Nachbestellvorgänge ausgelöst werden. Durch die erweiterten Möglichkeiten der bidirektionalen Kommunikation via iPad & Co. ist das zeitraubende Ausfüllen von Papier zukünftig vollständig obsolet. Gleichzeitig ergibt sich eine maximale Informationsausbeute, da die Angaben direkt im Anschluss an das Gespräch vorgenommen

Gut informiert: Verkaufszahlen unterschiedlicher Produkte sind im Vergleich zu sehen.

werden. Die Gefahr von Fehlern bei der Datenübertragung löst sich vollständig auf.

Diese modernen Möglichkeiten stoßen inzwischen bei immer mehr Pharmaunternehmen auf offene Ohren. Gewarnt sei allerdings davor, den Wagen, wie Newmark formuliert, vor das Pferd zu spannen. Seiner Beobachtung nach kaufen die großen Anbieter vor allem in den USA gerade große Mengen iPads für den Außendienst, ohne eine einzige App dafür entwickelt zu haben. Laut deren Aussage werden die Tablets vielfach erworben, um sie anschließend vorzuhalten, bis entsprechende Vertriebsapplikationen angeboten werden.

Ein solches Vorgehen kann nicht zielführend sein. Vielmehr sollten die verfügbaren Softwareanwendungen so intensiv wie möglich evaluiert werden. Um Investitionssicherheit zu garantieren, zählt neben der Funktionalität und Individualität der Anwendungen auch die Zukunftssicherheit. So gibt es viele proprietäre Lösungen. Hier lässt sich die Gefahr, dass diese nicht weiter gewartet oder entwickelt werden, vielfach nicht hundertprozentig ausschließen. Um sich nicht selbst in eine Einbahnstraße zu lenken, ist daher die Suche auf weitgehend standardisierte Ansätze zu lenken, die der individuellen Ausgestaltung genügend Spielraum lassen. Darüber hinaus sollte auf Skalierbarkeit geachtet werden: Denn die Informationsflut wird weiter zunehmen. Es zählt daher eine Lösung, die sich den Datenmengen anpassen lässt und gleichzeitig komplexeste Informationen einfach veranschaulichen und dosieren kann. Vor diesem Hintergrund ist Benutzerfreundlichkeit ein wichtiges Kriterium für den Erfolg eines Vertriebsansatzes mit Tablets und Smartphones. Wer hier eine geeignete Basis findet und entsprechend investiert, kann sowohl Vertrieb als auch Marketing nachhaltig auf eine solide Basis stellen und sich frühzeitig die Nasenlänge Vorsprung im Wettbewerb sichern. ←

Hubert Falk

ist Account Manager der Microstrategy Deutschland GmbH.

Kontakt: hfalk@microstrategy.com

