

MAW

Teil

Erfolgreiche Kooperation mit
externen Experten und KOLs
"Stakeholder Management"

Kooperation-mit-Experten-als-Teil-von-MAW
Präsentation = Doku

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 1

Warum Kooperation mit Experten?



Das volle medizinische und
wirtschaftliche Potenzial von
Produkten zu verwirklichen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 2

Hintergrund

Es gibt Personen, die das Denken und
Handeln in ihrem Gebiet beeinflussen:

Wie Daten wahrgenommen werden

Erfahrungsaustausch gewährleisten:
Unternehmen muss zum **Dialog** bereit sein

...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 3

"wissenschaftlicher Außendienst"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 4

Vertriebs- vs MSL-Ansatz

"Verkauf" von Marken

➔

Medizinisch-wissenschaftliche
Diskussion über Vor- und Nachteile
von Wirkstoffen

▢▢▢ ➔ Umsatz

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 5

Share of Voice ➔ Mind Share

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 6

Stellenbeschreibung MSL

Eigenmotiviert
Kundenbeziehungen aufbauen
Markt beobachten und Trends erkennen
Wissenschaftliche Inhalte verständlich vermitteln
Austausch mit Fachgesellschaften
Kongresse und Symposien planen
Gut kommunizieren und präsentieren
Mit Vertrieb und Marketing zusammenarbeiten
Ergebnisorientiertes Handeln
Arbeiten im Sinne des Unternehmens

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 7

Angestrebt

Medizinisch-wissenschaftlicher Konsens

Optimale Behandlung im jeweiligen
Therapiebereich: Patient und Arzt
erhalten den größten Nutzen.

Langfristige vertrauensvolle
Zusammenarbeit und Verbundenheit

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 8



Ziel

Wir kommunizieren ausgewogene und
aktuelle Informationen zu Medikamenten
und Medizinprodukten,

um so deren angemessenen (korrekten
und sicheren) Einsatz zu unterstützen und
damit den therapeutischen Nutzen für
Patienten zu maximieren.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 9

Kompakt

Wir helfen Ärzten, besser fundierte
Therapieentscheidung zu treffen ...

Informationen in übersichtlicher
und prägnanter Weise vermitteln ...

Die Lösung kann den Namen
eines Firmen-Produktes tragen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 10

Einstellung

Sie bringen Nutzen,
Sie "verkaufen" nicht



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 11

Verantwortliche

"Thought leader management professionals"

Verantwortlichkeiten und
Stellenbeschreibungen
können erheblich variieren



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 12

Änderungen

Produktmanager

Medical Advisor

Medical Science Liaison Manager (MSL)


Medical Scientist


Scientific Relations Manager (SR)


Health Science Associate (HSA)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 13

3 Ebenen

Beziehung 
Optimismus, Zuversicht

Daten 
Gute Fragen stellen

Transaktion 
Business-Sicht
Sie sind im Markt und haben Mitbewerber

... Die wichtigste?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 14

Ihre Wirkung

=

Qualität der Beziehung

Attraktivität der Produkte X

Attraktivität der Kooperation X

Vorbereitung und Follow-up X

?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 15

Ihre Wirkung

Persönliche Beziehung
Wissenschaftliche Daten
Kooperations-Optionen
Implementierungs-Grad

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 16

Beziehungen werden stets auf der persönlichen Ebene etabliert.

We must get out there and meet people in the real world.
We need to offer advice in person in order to create high-value relationships.
egal was "Internet-Gurus" zu Online-Dialogen meinen.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 17

Gutes Erlebnis

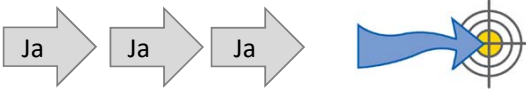
Statt "Datenlieferant"

"positiv-optimistisch-wertschätzender"
Gesprächspartner, der Hinweise gibt,
die man sonst nirgendwo erhält

Nach jedem Kontakt fühlt sich
der Andere irgendwie besser

Customer Experience Management

Eine Serie von kleinen "Ja"s



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 20

Ohne Termin vorbeifahren

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 21

Telefonisch Termin erreichen

Hier ist Fritz Maier von der medizinisch-wissenschaftlichen Abteilung der Firma ABC. Bei der neulichen Tagung der Deutschen Gesellschaft / ... sind ja aktuelle Therapieempfehlungen für Patienten mit ... vorgestellt (kontrovers diskutiert) worden - vielleicht auch interessant und relevant für Sie bzw. Ihre Abteilung.

Gerne würde ich das kurz mit ... persönlich besprechen. Wann würde es am besten passen - beispielsweise im Zeitraum ... ??

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 22

Hilfreich



"Magische"
Formulierungen

Auch die Reihenfolge zählt!

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 23



"Von Ihrer Seite, was sind Ihre Top-Prioritäten, über die wir zuerst reden sollten?"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 24

● ● ●

Ein Thema, das viele Ihrer Kollegen aktuell beschäftigt, ist ...

Ein Thema, das auf dem .. Kongress intensiv diskutiert wurde, ist ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 25

● ● ●

"Darf ich Sie als Experte zum Thema ABC fragen, inwieweit ..."

Argumente schließen den Geist,
Fragen öffnen den Geist

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 26

● ● ●

"Darf ich Sie fragen, wen ich zu diesem Thema noch ansprechen sollte?"


...

"Soll ich Grüße von Ihnen ausrichten?"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 27

"Power Question"

Darf ich Sie fragen, inwieweit es etwas gibt, das **Sie persönlich** besonders interessiert?



One of the "Power Questions" from Andrew Sobel to uncover aspirations and dreams

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 28

"Power Question 2"

Wenn Sie Ihr Gegenüber besser kennen

Darf ich neugierig sein?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 29

Realität

Wie oft werden diese Fragen gestellt?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 30

Woran erkennen Sie gute Arbeit?

Woran messen Sie Fortschritte?

"Stimmt der Kurs?"


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 31

Erfolgskriterien für MSL

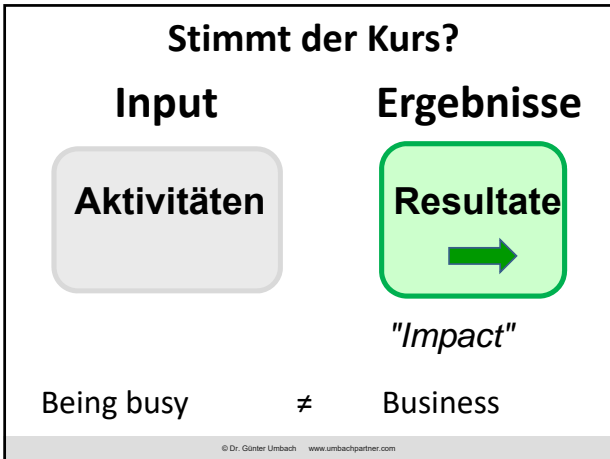
Key Performance Indicators (KPI)
für Medical Science Liaison und alle,
die für die Kooperation mit externen
Experten und KOLs verantwortlich sind

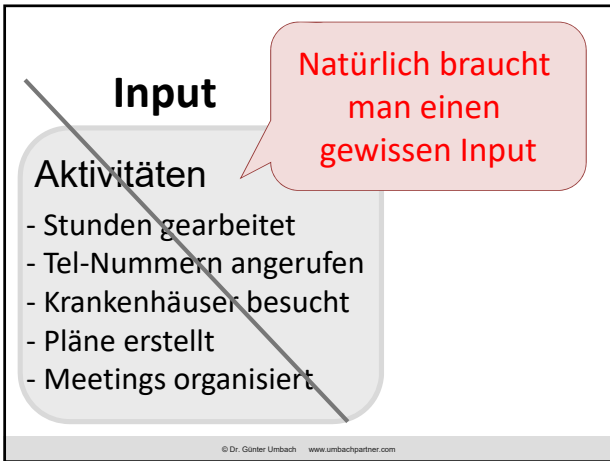
MSL-Erfolgskriterien-Medical-Science-Liaison
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

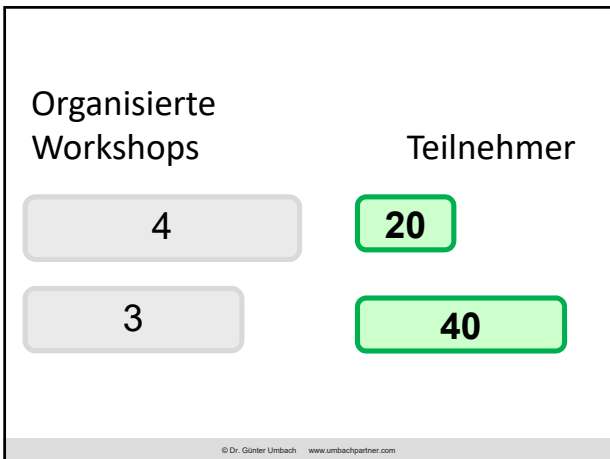
unzulässig



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com







Außendienst

Pro Tag besuchte
Arzt-Praxen oder
Apotheken

Umsatz
im
Gebiet

?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

germanwings **Werbung**

Germanwings Bordmagazin "bietet Kontaktmöglichkeiten zu hochattraktiven Zielgruppen"

Reichweite: Etwa 3 Millionen Passagiere (davon 1,4 Millionen Geschäftsreisende)

Auflage: Etwa 90.000, Laufzeit: 2 Monate

Sonderpreis: 1500 Euro für geschaltete Anzeige

Gutes oder schlechtes Investment?

➔ **Erhaltene Anfragen ("Leads"): 0**

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

KPIs für Online-Aktivitäten

- Online-Sichtbarkeit: Google-Rank für Keywords
- Besucher auf Webseite: Unique Visitors
- Zahl der Downloads auf Webseite
- Responseraten auf Print-Mailings
- Zahl neu gewonnener Emailadressen
- ...

Vanity Metrics: Likes, Followers, Friends

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

MSL: Kriterien quantifizieren

Pro Jahr

- Mindestens ___ Tatsächliche Gespräche mit Experten
- Mindestens ___ Teilnehmer an organisierten Veranstaltungen
- Mindestens ___ Experten gaben eine Präsentation
- Mindestens ___ Experten gaben ein Interview (Print / Online)
- Mindestens ___ Experten sind Mitautor einer Publikation
- Mindestens ___ erfolgreiche Kooperationsprojekte
- Liste der ___ wichtigsten derzeitigen Experten der Region
- Liste mit ___ neuen erfolgversprechenden Experten
- Mindestens ___ eigene, angefragte Präsentationen

Siehe Anhang

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

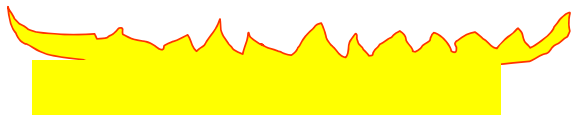
Kenngrößen sollte man allerdings **nicht** zu detailliert präzisieren.

...

Oft liegt das Ziel nicht am Ende des Weges, sondern am Rand

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

41



Was bewegt Ihren Chef?



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Was erwartet Ihr Chef von Ihnen?

Beispiele von anderen Firmen

- Guten Feedback von M & V
- Zusammenarbeit mit Headquarters
- Perfekte Compliance
- Am Markt gewinnen
- ...

➔ Fragen Sie, woran er/sie vom Vorgesetzten gemessen wird!

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

12 Erfolgskriterien

mit Tipps 

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

1

Qualitativer Feedback von intern:

- Trainer oder Coach
- MSL-Teamleiter
- Kollegen in M & V

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



- Trainings
- Doppelbesuche
- Mit M & V zusammensetzen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

2



Tatsächliche Gespräche

~~Zahl besuchter Krankenhäuser~~

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Termin vorher
vereinbaren
und bestätigen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

3

Neue Ideen, Anregungen,
Einsichten in die Organisation
einbringen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



- Dokumentieren:
- Follow-up nach Besuchen
 - Kongress-Berichte
 - Interner Berater
 - ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

4



Teilnehmerzahl
an organisierten
Veranstaltungen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com




- Aktuelles Thema
- Relevanter Content
- Gute Referenten
- Kollegialer Erfahrungsaustausch
- Rechtzeitig informieren (Save the Date)
- Persönlich einladen
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Teilnehmerzahl erhöhen

Unsere Informations-Veranstaltung
Unsere Einladung
Ihre Einladung
Ihre persönliche Einladung

 Ihre persönliche Einladungskarte
... verbunden mit herzlichen
Grüßen von Professor Gerd Maier

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Einladender



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Sponsoren

Diese Veranstaltung findet in Kooperation mit dem Busiocentrum Bonn-Euskirchen und dem Onkologischen Zentrum Bonn/Rhein-Sieg & Partner statt.



Wir danken folgenden Unternehmen für die freundliche Unterstützung dieser Veranstaltung:

- Accord Healthcare GmbH 1.500 €
- Amgen GmbH 1.500 €
- AstraZeneca GmbH 1.000 €
- Bayer Vital GmbH 600 €
- biosyn Arzneimittel GmbH 1.500 €
- Celgene GmbH 1.000 €
- Eisai GmbH 1.000 €
- GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG 1.500 €
- Grünenthal GmbH 1.000 €
- Hexal AG 1.000 €
- Kronen-Apotheke Marzen OHG 600 €
- Lilly Deutschland GmbH 1.000 €
- MSD Sharp & Dohme GmbH 3.000 €
- Mundipharma Deutschland GmbH & Co. KG 1.000 €
- Mylan Germany GmbH 2.000 €
- NanoString Technologies Germany GmbH 1.000 €
- Novartis Pharma GmbH 1.000 €
- Otsuka Pharma GmbH 1.000 €
- Pfizer Pharma GmbH 1.000 €
- Pierre Fabre Pharma GmbH 1.000 €
- Ramser Pharma GmbH 1.000 €
- Roche Pharma AG 6000 €
- STADAPHARM GmbH 1.000 €
- Vifor Pharma Deutschland GmbH 1.000 €

Kosten für Standflächen inkl. Informatik-Auslage und Nennung in der Sponsorenliste

X. BREAST CANCER BONN
Fortschritte in der Therapie des Mammakarzinoms und der gynäkologischen Onkologie



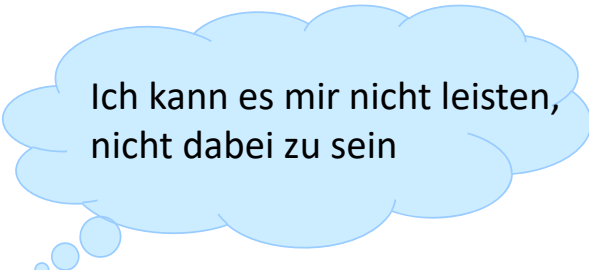
Neuer Veranstaltungsort
Deutsche Telekom AG

Samstag, 08.02.2020
Deutsche Telekom AG
Konferenzraum EG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn

Fortbildungspunkte werden bei der Ärztekammer Nordrhein beantragt

Multi-Sponsoring
Transparenz

Was die Adressaten denken sollen



Ich kann es mir nicht leisten,
nicht dabei zu sein

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

5



Zukünftige KOLs

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



- Sie als Scout auf der Suche
- Liste der jungen Experten
- Bedeutungs-Verlauf neu identifizierter Experten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

6

Abgefragte Materialien

- Reprints
- Kongress-Reports
- Präsentations-Charts
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Nachhalten und dokumentieren

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

7

Materialien werden eingebaut und präsentiert, beispielsweise:

- Produktneutrale Übersichten
- Visualisierte Studien-Daten:
Säulen-Diagramme statt Tabellen
- Bilder bzw. Grafiken
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Aktualisierte Charts weiterleiten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com


8


Experten äußern Interesse an

- Gesprächen
- Kooperation
- Ihrem Vortrag



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Lernen Sie, besser
zu präsentieren 


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

9

Erfolgreich durchgeführte
gemeinsame Projekte:

- Nicht-interventionelle Studien
- Lokale / regionale Arbeitsgruppe
- Online-Videos
- Broschüre
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Darauf aufmerksam
machen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com


10

Online einspannen

Unique Visitors
Downloads
Emailadressen
Anmeldungen

"Traffic generieren"


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

 a

Mit Medical Affairs- oder
Marketing- oder Internet-
Abteilung zusammenarbeiten

Reports anfordern

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

 b


Am Ende einer Präsentation
Auf letztem Speaker-Slide: *Call for action*

www.abc.de

- Charts downloaden
- Newsletter anfordern
- Via Formular online anmelden zu ..

Messen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

 C

Follow-up-Email

www.abc.de

- Charts downloaden
- Newsletter anfordern
- Via Formular online anmelden zu ..


Messen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

11

Experten tätig als

- Autor
- Speaker
- Chairman
- Mitglied in Panel Discussion
- Mitglied in Advisory Board
- Berater ...



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Email und CRM

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

12



Aufnahme in
Guidelines

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Auf aktualisierte
Empfehlungen intern
und extern hinweisen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Weitere Erfolgskriterien?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Kriterien quantifizieren

Pro Jahr

- Mindestens ___ Gespräche mit Experten
- Mindestens ___ Teilnehmer an organisierten Veranstaltungen
- Mindestens ___ Experten gaben eine Präsentation
- Mindestens ___ Experten gaben ein Interview (Print / Online)
- Mindestens ___ Experten sind Mitautor einer Publikation
- Mindestens ___ erfolgreiche Kooperationsprojekte
- Liste der ___ wichtigsten Experten der Region
- Liste mit ___ neuen erfolgversprechenden Experten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

"Harte" Erfolgskriterien

nach einem Kontakt oder einer Präsentation

- Frage nach erneutem Gespräch
- Bitte um weitere Präsentation
- Interesse an Kooperationsformen
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 77

Return on Investment (ROI) klären

Zeit, Geld, Nerven

Inwieweit hilft das, was ich tue, meine **Ziele** zu erreichen?

... Wenn nicht: ...

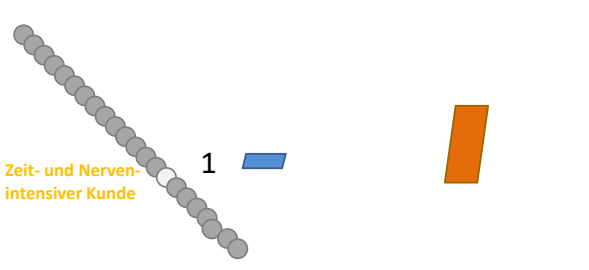
Aussortieren

"Targeting" "Selektion", "Triage" ...

Beispiel: 30 Experten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 78

Return Investment



Zeit- und Nervenintensiver Kunde

1

Fortschritte dort,
wo es *nicht* darauf ankommt ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 79

Die "richtigen" Leute

Etwa 20 Menschen werden enormen Einfluss auf Ihre Karriere haben ...

- 1) Identifizieren Sie diese.
- 2) Welchen Nutzen können Sie anbieten?
- 3) Vertiefen Sie die Beziehungen.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 80

Wie sähe es aus,
wenn es einfach wäre?


Fruchtlose Aktivitäten aussortieren

"80/20 Regel"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 81


Prioritäten setzen

Zeit vorwiegend mit "A"-Projekten und "A"-Kunden verbringen



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 82

Mögliche Gründe

- 1 Psychisch auffällig 
- 2 Ausschließlich an Geld interessiert
- 3 Chronisch unzuverlässig
- 4 Chemie stimmt nicht ...
- 5 ...

"You cannot be everyone's darling"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 83

?

"Gesprächsleitfaden, um mit den KOLs auf Augenhöhe zu kommunizieren"

Kognitive Ebene
Wie gut kennen das Fachgebiet?


Menschliche Ebene
Wie gut ist Ihr Netzwerk?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 84

Unterschiedliche Begriffe

- Experten
- Externe Stakeholder
- Scientific Leader (SL)
- Thought Leader

- Meinungsbildner (MB)
- Opinion Leader (OL)
- Key Opinion Leader (KOL)
- Product Advocate



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 85

Wo arbeiten KOLs

- Universitätskliniken
- Lehrkrankenhäuser
- Institute
- Praxen
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 86

Wo finde ich KOLs

Veranstaltungen

- Kongresse
- Symposien
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 87

Wie wähle ich einen SL aus

?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 88

Wie wähle ich einen SL aus

- Reputation in seiner Fach-Community
- Prestige der Klinik oder Universität
- Teilnahme an klinischen Studien
- Zahl und Relevanz der Publikationen
- Zahl und Relevanz der Vorträge
- Mitglied in Gremien und Kommissionen
- Speaker oder Chairman bei Kongressen
- Mitentwickler von Guidelines
- Advokat des therapeutischen Prinzips
- Persönliche Kooperationsfähigkeit
- Entwicklungspotential

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 89

Geographische Segmentierung von SLs

- International
- Europäisch
- National
- Regional innerhalb eines Landes

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 90

Fallstrick der stets gleichen Personen

Es ist einfacher, bequemer und sicherer, mit Personen zu kooperieren, die man kennt und die die Spielregeln kennen.

Aber:
Weniger neuer Ideen und Sichtweisen

➡ "Fundus" oder "Pool" oder "Reservoir" von Experten: "Diversity"

Netzwerkanalyse

Beziehungsgeflechte zwischen den KOLs identifizieren

Wer ist mit wem "verbandelt" oder "verfeindet" ?

Beispiel für Dienstleister: Truvenhealth.com

"Mapping of KOLS"

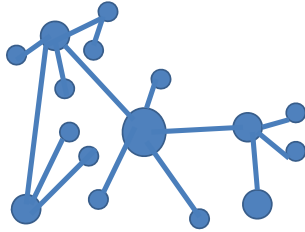
Inhouse or **External** (Outsourcing: Expensive)

Claimed ideal goals: Provide new insights and "evaluate influence networks based on size and depth"

- Via:
- a) interviews: Peer-to-peer feedback
 - b) Secondary research: Publications, committee and advisory roles ...

Oftentimes: Over-simplify findings or deliver an overwhelming mass of data

Mapping KOL Relationships in a Therapeutic Area



Hypothetical example

Wer ist mit wem "verhandelt" oder "verfeindet" ?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

94

Interne KOL-Datenbank

Customer Relationship Management System: "One face to the customer"

In anderen Branchen üblich

Ziel?

Welche Daten werden benötigt?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

95

Interne Datenbank: Felder

Namen: Sekretariat, Mitarbeiter

Therapeutische Gebiete / Interessen

Bisherige und geplante Aktivitäten

Gezahlte Honorare

Gesprächspartner in der Firma (wer, wann)

Qualitative Kriterien der Experten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

96

Datenbanken: Interne Hürden

- Unterschiedliche Definitionen
- Variable Neigung der Mitarbeiter, ihr wertvolles Wissen preiszugeben
- Interne Machtkämpfe zwischen Abteilungen
- Geringe Unterstützung der Geschäftsleitung
- Kurzfristiges Denken
- Unzureichende Ressourcen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 97

Effektive Datenbank: Lösungsansatz

Interner Wille zur abteilungsübergreifenden Kooperation

Teamgeist und ein "Wir-Gefühl"

Klare Ansage der Geschäftsleitung

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 98

Vokabular

Compliance-konforme Sprache:

"Geistige Grundhaltung" als Basis für bessere Entscheidungen im Gesundheitsmarkt

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 99

Compliance

Einhaltung der relevanten Gesetze,
Richtlinien und freiwilligen Kodizes

"Codes of Conduct"

"Perfekte" Compliance

Eine vollkommene Risikominimierung bei der direkten Unterstützung der passiven Teilnahme an drittorgansierten Kongressen kann nur erreicht werden, indem die Unternehmen eine derartige Unterstützung gänzlich einstellen.

Joachim M. Schmitt, Geschäftsführer BVMed
PharmaRelations 2018

"Pharma Kodex"

Verhaltensempfehlungen für die Zusammenarbeit der Pharma-Industrie mit Ärzten, Apothekern, Angehörigen der Fachkreise und Patientenorganisationen


Ging man bisher davon aus, dass auch medizinische Fachangestellte (z.B. MPA, PTA) den Regelungen des Kodex unterliegen, stellte die FSA-Schiedsstelle (1. Instanz) fest, dass diese Gruppe laut § 2 des FSA-Kodex nicht zu den Angehörigen der Fachkreise gehört.

Quelle: Gerhard Bleile, http://www.convention-net.de/media/Downloads/ftke_18_250.pdf

Regelwerke (Deutschland) ➔

FSA Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie
 Der Kodex-Schiedsstellen-Verein des VFA überprüft mögliche Verstöße und kann Geldstrafen verhängen

AKG Arzneimittel und Kooperation im Gesundheitswesen (BPI): "Mehr Beratung"



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 106

Pharmig-Verhaltenscodex (Österreich)

VERHALTENSCODEX

PHARMIG-VERHALTENS

CODEX UND
 VERFAHRENSORDNUNG DER FACH-
 AUSSCHÜSSE VHC I. UND II. INSTANZ

Verhaltensempfehlungen für die Zusammenarbeit der Pharma-Industrie mit Fachkreisen oder Dritten, mit Patientenorganisationen, sowie Geschenke, Gewinnspiele, etc.

<http://www.pharmig.at/DE/Verhaltenscodex/Pharmig-Verhaltenscodex/Verhaltenscodex.aspx>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 107

Ziel

Die Angehörigen der Fachkreise dürfen in ihren Therapie-, Verordnungs- und Beschaffungsentscheidungen nicht in unlauterer Weise beeinflusst werden

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 108

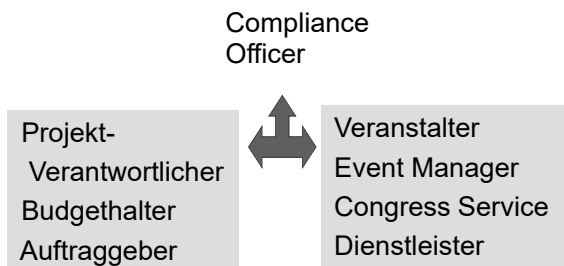
Kodex: Honorare

Ärztliche wissenschaftliche oder fachliche Leistungen an die Firma dürfen honoriert werden, wenn ein schriftlicher Vertrag vorliegt und das Honorar in angemessenen Verhältnis steht (also marktüblich ist).

Kodex: Beispiele

- Informative Zielsetzung
- Angemessene Bewirtung ist möglich
- Erstattet werden dürfen angemessene Reisekosten und notwendige Übernachtungskosten (kein "Verlängerungstag")
- Keine Kostenübernahme für Begleitpersonen
- Sachgemäße Auswahl des Ortes

Wer verantwortlich?



Erfahrung

Manche Unternehmen realisieren erlaubte Dinge nicht aufgrund von ...

- internen Machtkämpfe
- Bürokratie
- überbordender Compliance

Mehr

www.fs-arzneimittelindustrie.de

www.ak-gesundheitswesen.de

www.pharmig.at

Muster-Berufsordnung für Ärzte (MBO)

Ärzten ist verboten, ihren Namen in Verbindung mit einer ärztlichen Berufsbezeichnung in unlauterer Weise für gewerbliche Zwecke herzugeben.

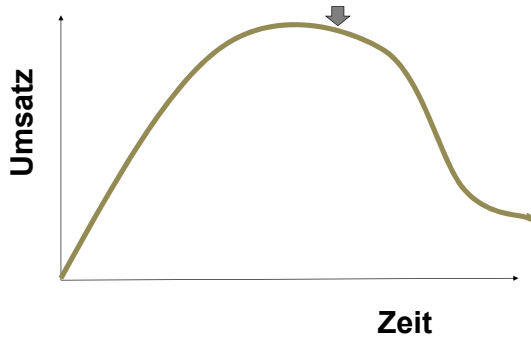
Eine Werbung für eigene oder fremde gewerbliche Tätigkeiten oder Produkte im Zusammenhang mit der ärztlichen Tätigkeit ist unzulässig.

Vertraulichkeit

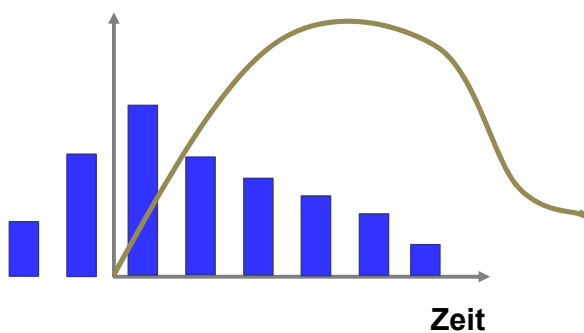
Um das Intellectual Property (IP) des Unternehmens zu schützen, sollte eine Vertraulichkeitserklärung ("Verschwiegenheitserklärung" oder "Confidentiality Agreement") von beiden Seiten unterschrieben werden.

Anspruch und Wirklichkeit

Produkt-Lebenszyklus



Relevanz externer Experten



"Gesundheitsökonomie"-Experten

AMNOG: Arzneimittelmarkt-Neuordnungsgesetz
Frühe Nutzenbewertung

Vor Launch, speziell für Market Access

- Beratungsgespräche beim GBA
- Versorgungsforschung
- Dossier-Erstellung

Späte Phase des Lebenszyklus

SL sind weniger wichtig,

Es sei denn:

innovative Line-Extensions

MSL: Verantwortlichkeiten

Beginnt national 1-2 Jahre vor Launch

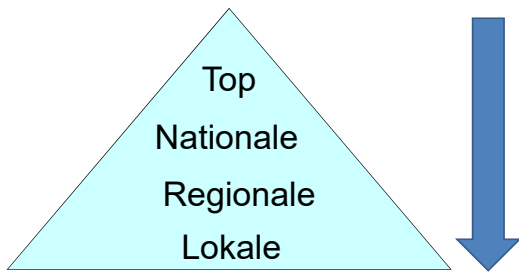
- Feldbasierte Funktion
 - Berichtet intern innerhalb von "Medical Affairs"
 - Information über Wirkmechanismus
 - Das med.-wissenschaftliche Umfeld kennen
 - Identifiziert künftige Experten
 - Plant Veranstaltungen
 - Eventuell Aufklärung über Krankheit
- "Disease Awareness", speziell bei seltenen Krankheiten

MSL: Verantwortlichkeiten

Ab Launch

- Extern: "Medical to Medical" Kommunikation
- Aber: Keine Werbung oder Produktpromotion
- Unabhängig von Produktumsätzen
- Unterhält den Dialog mit Experten
- Organisiert Veranstaltungen
- Expertentreffen, Workshops ... (Vor/während/nach)
- ...

Meinungsbildner-Pyramide



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 122

KOL's Comment

A visiting salesman inadvertently left a confidential paper in my office with a list of colleagues' names, revealing an informal classification of KOLs:

Local KOLs who see many patients or influence hospital formularies

Regional KOLs who frequently have patients referred to them by community oncologists

National KOLs who write practice guidelines and journal editorials, are invited to speak at major conferences, and lead important clinical trials.

Based on: JOURNAL OF CLINICAL ONCOLOGY, Published Ahead of Print on August 10, 2015

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 123

Gate Keeper

Hauptansprechpartner oder "Single Point of Contact" als "Interface"

Solle idealerweise alle Kontakte kanalisieren, koordinieren und harmonisieren sowie für personelle Kontinuität folgen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 124

Stammhaus und Länderorganisationen

Betreuung der Top-Meinungsbildner

Nationale Niederlassungen
"Affiliates", "Operating Societies"



"Headquarters"

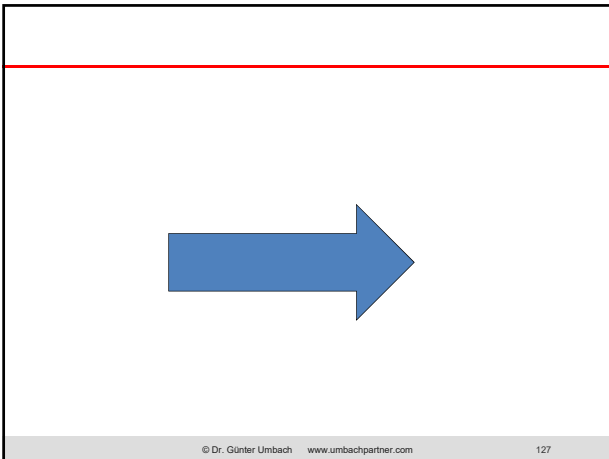
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 125

Key Account Manager

Umsatz- und ertragsstärkste Kunden

Krankenkassen, Krankenhausketten,
Einkaufsgemeinschaften und ähnliche
Schlüsselkunden

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 126



Mensch als Erfolgsfaktor

Irgendwann hören die Leute auf, sich für ein Produkt zu entscheiden - vielmehr entscheiden sie sich für die Person

P2P

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 128

Ein Gravitationsfeld, das wichtige Leute anzieht

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 129

Ihr Vorteil

Sie sollten mehr über **neue** Studienergebnisse Ihrer Substanzen wissen als die meisten Experten

You should know more about new clinical trial data of your substances than many thought leaders

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 130

Wie Sie Ihre Zeit verbringen

... gut vorbereitete, persönliche Gespräche, in denen Sie **gute Fragen** stellen und gut zuhören

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 131

Es ist wichtiger, die richtigen Fragen zu kennen als alle Antworten zu wissen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 132

Interview: Richard Branson

What role do face-to-face interactions have in your success?

"It's incredibly important"

Jede Minute persönlicher Kontakt stärkt die Beziehung.

*Weg vom austauschbaren
"Commodity-MSL"*

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 133

Persönlicher Kontakt



Face-to-Face



Menschen wünschen kontinuierliche Betreuung

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 134

Kontakt: Wie oft?

Hängt davon ab, wie viel Wert Sie bringen



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 135

Ihr Beziehungs-Geflecht



"The larger your network,
the greater your net worth"


Sepehr Tarverdan, Hanyesh Farazan, bureau, Iran

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 136

Online Business Plattformen



Networking tools:
Xing
Linkedin

DOL = Digital Key Opinion Leader:
Prüfen Sie, inwieweit KOLs, die Sie
kennen, ein Profil haben 

Tipps für ein gutes XING-Profil

<https://www.umbachpartner.com/de/tipps-fuer-ein-gutes-xing-profil>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 137

Die Wahrnehmung zählt ...



Jeder Kontakt mit Ihnen ist ...

- hilfreich
- nutzbringend
- erstrebenswert

...

- ~~Geschliffene Rhetorik~~
- ~~Schlagfertige Argumente~~
- ~~Massiver Datentransfer~~
- ~~Detailreiche Präsentationen~~

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 139

Ergebnis

- Wunsch
- Problem


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 140

...

Menschen und Branche kennen

Wie tickt der Andere?

Motive



Offizielle Ziele

Business Agenda

Persönliche Ziele

Personal Agenda

"Logic makes people think
Emotions make people act"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 142

Wahrgenommener Nutzen I

Offiziell

- Neuigkeiten
- Kooperationen
- Bessere Therapie
 - Effektiver
 - Verträglicher
 - Einfacher
 - Höhere Compliance
 - Weniger Komplikationen

Aktuelle Daten
Ein MSL weiß mehr über das therapeutische Prinzip (jeweilige Substanzgruppe) als die meisten externen Experten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 143

Wahrgenommener Nutzen II

Persönlich-emotional ("wahre Motive")

- Anerkennung
- Karriere
- Geldwerte Vorteile
- Freie Zeit
- Sicherheit
- Abwechslung

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 144

KOLs bei persönlicher Sichtbarkeit helfen

"Digital Leader"

- Präsenz auf Klinik-Webseite
- Sichtbarkeit im Netz (Google, XING ...)
- Video
- Aufklärungs-Webseite

- Kongress-Zusammenfassung
- Social Media ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 145


Welche Motive erfüllen Sie?

Es ist hilfreich, wenn Sie mindestens

- ein offizielles und
- ein persönliches Motiv bedienen.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 146

Herr Umbach, Sie sollen uns einfach helfen, unser Produkt zu verkaufen"


Interessent im Marketing 

So funktioniert das nicht

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 147

Nutzen sprachlich verdeutlichen

Damit verbessern Sie ...
Damit können Sie leichter ...
Dadurch erhalten Sie ...
Das ermöglicht Ihnen ...
Das erleichtert Ihnen ...
Das erspart Ihnen ...
Das bedeutet für Sie mehr ...
Das bringt Ihnen mehr ...
Damit haben Sie mehr ...
Dadurch gewinnen Sie ...



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 148

Ihr Kunde will nur eines wissen

Was Sie für ihn tun können


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 149

Der Kontakt zu Ihnen ist wichtig

Wenn jemals etwas in der Zusammenarbeit mit der Firma nicht rund laufen sollte:
Rufen Sie mich bitte direkt an.
Ich werde mich persönlich darum kümmern. Hier ist meine Mobilfunknummer

Visitenkarte

Bedarf ist zielgruppenspezifisch

Wissenschaftlicher Experte 

Chefarzt

Fortbildungsbeauftragter

Teilnehmer

Gehen Sie auf Ihren Gesprächspartner ein

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 151

Erlebniswelt

Je dichter ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 152

Personalisieren

Personalize

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 153

Tipps: Sprache


www.wortemitwirkung.de

Experte	MSL
Problem	...
Herausforderung	...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 155

Geschäfts-Korrespondenz

Grußformeln und Emailsignaturen



<https://www.umbachpartner.com/de/geheimnis-guter-grussformeln-und-emailsignaturen>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 156

"Tonspur" bei Einladung

Natürlich werden Sie auch die Gelegenheit haben, bei einem Imbiss im Kollegenkreis die neuen Trends informell zu diskutieren ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 157

Die elegante Umleitung



"Verbales Aikido"

Hinlenken zum
gewünschten Thema

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 158



...

Das ist ein faszinierender
Punkt - mit Bezug auf die
aktuelle Diskussion rund um ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 159

Weiterbildung: MA / MSL

1) Medizinisch-wissenschaftlich

- Wissenschaftliche Publikationen lesen
- "Journal Club" Fachartikel diskutieren
- Newsletter bestellen und lesen
- Fachkongresse besuchen
- An Veranstaltungen teilnehmen
- Webseiten der Mitbewerber kennen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 160

2) Kommunikation / Netzwerken

- Professionelle Kontakte knüpfen
- Beziehungen pflegen



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 161

3) Compliance

Kenntnis und Einhalten der rechtlichen und unternehmensinternen Regeln

Chancen und Grenzen kennen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 162

Zusammenarbeit

Gratwanderung, die Erfahrung, Fingerspitzengefühl und Souveränität erfordert.

Wie bei vielen Dingen wird man besser, je länger man es macht

"Learning by doing"

Issue Management

Bei Kommunikationskrisen helfen:

- Diskussion versachlichen
- Ausgewogene Argumente bringen
- Öffentlich Stellung beziehen

➔ Vertrauensvolle, kontinuierliche Zusammenarbeit

Erwartungen an die Industrie



Sie: KOL Ich: MSL

KOL: Erwartungen an Partner

Schnell und zuverlässig
Inhaltlich kompetent
Menschlich: Kommunikativ und sympathisch
Rechtlich: Fehlerfrei und umsichtig

► Die größte Herausforderung?

Top-Eigenschaft laut Umfrage einer Personalvermittlungsagentur
► Zuverlässigkeit / Vertrauenswürdigkeit
<http://edinet.com/soft-skills-erhebungen/>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 166

Geschwindigkeit

Schnell ist besser als langsam

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 167

Vorbereitung I

Den Termin per Email
oder Telefon bestätigen

"Pre-Call Planning"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 168

Vorbereitung II

Firmeninternes Wissen	CRM, Kollegen
Praxis / Krankenhaus	Webseite
Mitbewerber	Webseite
Gesprächspartner	Google, Bilder, XING

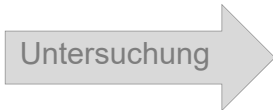
... Statt "Blindflug" besser "Bescheid wissen"

"Mackay 66": Customer Profile by Harvey Mackay
Questionnaire to track and record your customers

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 169

Welche Inhalte und Services werden erwartet ?

...



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 170

Frage: Welche medizinisch-wissenschaftliche Unterstützung wünschen Sie sich von der Firma?

- 1) Literatur-Service / Recherche
- 2) Versorgung mit aktuellen Studienergebnissen
- 3) Aktuelle Infos zu Krankheiten und Produkten
- 4) Unterstützung bei der Durchführung von Studien
- 5) Präsentations-Charts
- 6) Teilnahme an Studien
- 7) Kongresse

Gesamt: n = 197 „meinungsführende Ärzte“: Niedergelassene Ärzte: n = 54, Klinikärzte: n = 143
Mehrfachnennung: Sonstige Nennungen 11,7%, Weiß nicht/ k.A.: 16,8%

Eingangsformulierung

Beim zweiten oder dritten Besuch

Als medizinisch-wissenschaftlicher Mitarbeiter von XY Pharma möchte ich gerne mögliche Optionen der Zusammenarbeit mit Ihnen beleuchten - aber nur, wenn das für Sie wirklich sinnvoll ist. Dazu eine kurze Frage ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 172

Erwartungen abfragen

Wenn Sie an eine Zusammenarbeit mit Pharma-Firmen denken - so wie Sie es sich wünschen, worauf würde es Ihnen konkret ankommen?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 173



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 174

Notizen machen



Stets handschriftlich

Niemals auf Keyboard



Phasen der
Zusammenarbeit
mit Experten

Voraussetzungen

- Mandat von Vorgesetzten
- Personelle und finanzielle Ressourcen
- Alle an einem Tisch
- Zeit für gemeinsamen Plan
- Alle ziehen an einem Strang

I Ausgangs-Situation

- Welche wissenschaftliche Daten gibt es
- Wissenslücken und Fragen
- Lebenszyklus der jetzigen Produkte
- Pipeline und zukünftige Produkte
- Erfolgskriterien
- Ressourcen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 179

II Kooperationsformen (Auswahl)

- Erörterung neuer Daten und Projekte
- Visualisierung von Daten
- Unterstützung von Publikationen
- Teilnahme an Workshop
- Speaker
- Chairman
- Mitglied in Advisory Board
- Studien

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 180

III Liste erwogener Experten

- 1) Dr. Peter Maier
- 2) Professor Dieter Schmitt
- 3) Dr. Erich Müller
- 4) Professor Thomas Berger
- 5)
- 6)
- 7)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 181

IV Zuordnung & Aktionsplan

- A) Maier Berger ...
- B) Schmitt Müller ...
- C) Müller Berger ...
- D)
- E)
- ...

Wer macht was bis wann?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 182

Publikations-Strategie

- Abstract
- Original-Artikel
- Editorial oder Kommentar
- Weitere Analysen
- Übersichts-Artikel / Review

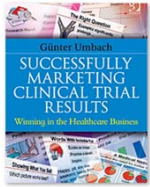
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 183

Wer schreibt das Manuskript?

- Der Experte selber
- Assistenten des Experten
- Support durch Medical Writer

Auswertung von Publikationen

- Interne Experten (Klifo)
- Externe Experten
- Berater für die Industrie

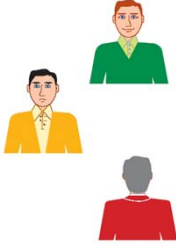


Successfully Marketing
Clinical Trial Results: Winning
in the Healthcare Business

www.marketingclinicaltrialresults.com



Involvieren



- Kaminrunde
- Konsensus-Meeting
- Experten-Workshop
- Round Tables
- Advisory Board
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 187

Advisory Board I

- 1) Sorgfältige Auswahl
- 2) Begrenzte Personenzahl
- 3) Vertrauen
- 4) Vorbereitung von Meetings →
- 5) Neue Ideen
- 6) Kontaktpersonen

Details im Newsletter "Erfolgreiche Advisory Boards: 12 Tipps"
<http://www.umbachpartner.com/cms/de/rat-ideen-tips/newsletter-archiv.html>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 188

Advisory Board II

- 7) Rechtliches
- 8) Honorare
- 9) Follow-up
- 10) Exit-Strategie
- 11) Nachwuchs: "Rising Stars"
- 12) Networking

Details im Newsletter "Erfolgreiche Advisory Boards: 12 Tipps"
<http://www.umbachpartner.com/cms/de/rat-ideen-tips/newsletter-archiv.html>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 189

Advisory Board: Meeting

Sorgfältige inhaltliche und organisatorische Vorbereitung

Agenda mit Fragestellungen im Voraus verschicken

Straffe Moderation durch wohlgesinnten älteren Experten mit Moderatorqualitäten

Nachbereitung sicherstellen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 190

Kooperationsform: Beratung

Stellen Sie strategische Fragen:

- Wohin geht der Trend?
- Ist A oder B erfolgversprechender?
- Wie erzielt man den größten Nutzen?

➔ Ermutigen Sie die Experten, ihre kreativen, konstruktiven und kritischen Anregungen einzubringen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 191

KOL's Comment

The company asked us good questions and took our collective advice to heart.

JOURNAL OF CLINICAL ONCOLOGY, Published Ahead of Print on August 10, 2015

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 192

KOL's Comment

I've participated in many advisory committee meetings. Many have been models of healthy and productive academic-industry collaboration.

However in some cases, the panel seemed less a forum for exchange of opinion and instead just another way for a company to disseminate a marketing message.

Summarized and modified from:
JOURNAL OF CLINICAL ONCOLOGY, Published Ahead of Print on August 10, 2015

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 193

Vorträge von KOLs

Die Qualität entscheidet sich mit der Auswahl des Speakers

"Produktneutrale" Kern-Charts bereit stellen

Firmen haben differierende Vorstellungen von "Briefing und Debriefing von KOLs"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 194

Web



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 195

Unterstützung von Webpräsenzen

- Studienergebnisse
- "Indikations-Webseiten" mit allgemeine Ratschlägen zur Erkennung und Behandlung

Wenn Sie es sponsern:
"Unterstützt von Firma ABC"
im Impressum

Vergütungen



Allgemeines zu Vergütungen

- Anschein der Korruption vermeiden
- Schriftliche Verträge
- Genehmigung durch Dienstherrn
- Stimmige Honorare
- Kodex beachten
- Transparenz

EFPIA : Transparenzkodex

Alle Arzneimittelfirmen müssen Zahlungen und Geschenke an Ärzte und weitere Angehörige der Fachkreise offenlegen - ebenso wie Spende an Organisationen, Unterstützung von Fortbildungsveranstaltungen, etc.

Ähnlich: Physician Payment Sunshine Act

Physician Payment Sunshine Act

Physician Payment Sunshine Provision: Selected Points

Form of Reporting	Definition of Payment
Electronic	Gift or food
Searchable	Travel or trip
Easily Downloaded	Honoraria
	Research funding or grant
Included in Disclosure	Education
Name	Consulting fees
Address	Speaking fees
Value and form of payment	Stock or stock options
Drug samples	
Other items	Excluded from Reporting
	Anything the value of which is less than \$10

Honorarverträge und Obergrenzen

- Honorarsätze vereinheitlichen
- Abweichende Honorare begründen
- Honorarverträge zentral erstellen
- Kumulierte jährliche Honorar-Obergrenzen einhalten ("annual cap")

Bei ausländischen Referenten deutsches und Sprecherheimatland-Recht einhalten

Tageshonorarsätze*		
- Assistenzarzt:	1000	Euro
- Facharzt, Oberarzt:	1000 - 1500	Euro
- Chefarzt, Professor:	1500 - 2000	Euro
- Nationaler Experte:	1500 - 2500	Euro
- Internationale Experten	ab 3000	Euro
- * Quelle: Persönliche Schätzungen aufgrund meiner Erfahrung - Repräsentative Umfragen sind mir nicht bekannt - Beträge variieren stark für Firmen und Länder - Beinhalten Vorbereitungs- und Reisezeit - Reduktion bei mehrtägigen Veranstaltungen - Mehr für zusätzliche Aktivitäten - Top-Experten (besonders aus USA) können auch mehr erhalten - Mehr für Indikationen wie Cardiology, Nephrology, Rheumatology, Pulmonology, Oncology, etc.		
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 202		

Internationales Honorarschema (Standort Europa)		
	Home Country or European Region Daily Max	Intercontinental flight (> 6 hours) Daily Max
Single Engagement (Speaker, Chair, Advisory Boards etc.)	2.000 €	3.000 €
Multiple Engagements (2 Lectures, Speaker & Chair, Lecture & Workshop etc.)	3.500 €	4.500 €
Multiple Day Activities (e.g. lecture tours)	tbd	tbd

Investments verteilen
<p>Besser mit einer ganzen Reihe von Experten kooperieren</p>
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 204

Langfristig planen

Wie schaffe ich es, Beziehungen zu wichtigen Experten zu etablieren?

Indem Sie früh anfangen:
Knüpfen Sie Beziehungen zu Experten, **bevor** diese als wichtig anerkannt werden ...

Mit der Fachszene vertraut sein und vielversprechenden Personen ansprechen

... *"Follow the person, not the position"*

* Andrew Sobel and Jerold Panas: Power Relationships

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 205

Nachwuchs

Vielversprechende junge Experten finden

"Young Lions", "Emerging Stars",
"Emerging Leaders", "Potential Leaders"

"Scouting and Recruiting von KOLs"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 206

Exit-Strategie


Verzichten Sie darauf, sich rechtlich langfristig zu binden

Existenzdauer von Advisory Boards und Fachbeiräten limitieren


Gesichtswahrend von Leuten trennen, die sich als unpassend erweisen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 207

Ihr Ziel



Mit den Experten kooperieren,
bei denen die Zusammenarbeit
für beide Seiten gewinnbringend ist



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 208

Mehr


www.umbachpartner.com

www.key-opinion-leader.de

www.advisoryboard-pharma.com

Audiobook
www.umbachpartner.com/cms/de/hoerbuch.html

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 209



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 210

Kontakte knüpfen

Sie haben einen Experten identifiziert und wollen prüfen, ob eine Kooperation sinnvoll ist

...

Gute Vorbereitung

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 211


Checkliste

Gewissenhaft durchgehen:
Punkt für Punkt

Implementieren:
Ich werde ...

Adaptieren:
An Ihren Stil anpassen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 212



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 213

**Checkliste: Praktisches Vorgehen:
Vorbereitung, Gespräch, Follow-up**

Ziele: Was will ich erreichen?
 Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
 Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
 Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
 Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
 Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
 Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
 Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
 Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
 Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

**Checkliste: Praktisches Vorgehen:
Vorbereitung, Gespräch, Follow-up**

• Ziele: Was will ich erreichen?

Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
 Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
 Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
 Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
 Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
 Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
 Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
 Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
 Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

Ziele: Wir wollen erreichen ...

Medizinisch-wissenschaftlicher
Austausch und konstruktives Feedback

Eine medizinisch optimale Behandlung
im Therapiegebiet fördern

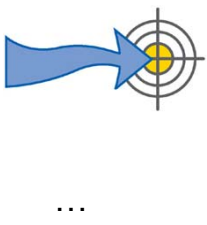
Langfristige vertrauensvolle
Zusammenarbeit

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 216

**Checkliste: Praktisches Vorgehen:
Vorbereitung, Gespräch, Follow-up**

Ziele: Was will ich erreichen?

- Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
- Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
- Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
- Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
- Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
- Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
- Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
- Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
- Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 218

**Checkliste: Praktisches Vorgehen:
Vorbereitung, Gespräch, Follow-up**

Ziele: Was will ich erreichen?

- Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
- Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
- Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
- Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
- Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
- Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
- Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
- Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

Vorgehen: Minimalprogramm

Beispiel: Name des Experten:

- 1) Google
- 2) Google Scholar
- 3) XING, LinkedIn
- 4) Klinik- oder Praxis-Webseite



Eingangsformulierung

"Ich habe im Internet nach Ihnen gesucht und ..."

Checkliste: Praktisches Vorgehen: Vorbereitung, Gespräch, Follow-up

- Ziele: Was will ich erreichen?
- Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
- Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
- Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
- Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
- Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
- Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
- Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
- Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
- Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

← **Wahrgenommener Nutzen**

Lösen eines Problems / Erfüllen eines Bedarfs

➔ **Offiziell**

➔ **Persönlich-emotional** ("wahres Motiv")

- Anerkennung
- Geldwerte Vorteile (operativ tätige Praxisinhaber)
- Freie Zeit
- Sicherheit
- Abwechslung

Zielführende Fragen stellen

Was interessiert Sie bei diesem Projekt persönlich am meisten?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 223

Dinge "rauskitzeln"

"Was könnte nach Ihrem Gefühl noch besser laufen - und sei es nur ein bisschen?" ...

Lockruf für Verbesserungsvorschläge, leicht gemacht durch die letzten Worte

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 224

Statt "Warum"

Womit könnte dies Ihrer Meinung nach zusammenhängen?

Welche Umstände haben Ihrer persönlichen Auffassung nach dazu geführt?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 225

Kommunikationsfertigkeiten

Am geringsten entwickelt und
am meisten optimierbar

- Körpersprache
- Schlagfertigkeit
- Stimme
- Zuhören

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 226

$$\frac{\text{2 Ohren}}{\text{1 Mund}} = \frac{2}{1}$$

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 227

Wenig reden
gut fragen
aktiv hinhören ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 228

Richard Branson

Good leader "Good listener"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 229

**"Show up
and shut up"**

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 230

Sie merken, dass Sie gut sind ...

... wenn Sie folgendes hören:

"Was mich wirklich interessiert, ...
"Offen gesagt, was mich fasziniert ...
"Ehrlich gesagt, bin ich es leid ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 231

"Falle"

KOL: "Erzählen Sie was von sich"

...

Sie müssen **nicht** alle Fragen detailliert beantworten!

Checkliste: Praktisches Vorgehen: Vorbereitung, Gespräch, Follow-up

- Ziele: Was will ich erreichen?
- Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
- Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
- Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
- Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
- Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
- Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
- Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
- Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
- Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

Bedeutung

Als Faustregel für alle Branchen gilt:

Die Hälfte des Geschäfts läuft über Beziehungen, Sympathie, Erfahrung, Vertrauen.

Professor Michel Domsch, Leiter des Instituts für Personalwesen und Internationales Management an der Universität der Bundeswehr, Hamburg, Quelle: Capital 5 / 2005

www.bni.com "The World's Largest Referral Organization"

Zuversicht und Optimismus



Sympathie-Faktor

... Nachrichten  Sie steuern das

... Wie reden Sie mit sich selber?

Positives Denken, mentales Training

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 235

Sie sind gut verbunden

- Ich komme ja auf Empfehlung von ...
- Schöne Grüße von ...
- Wir hatten uns ja kurz getroffen ...
- ...

... Sie brauchen ein Netzwerk

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 236

Eingangsformulierung

Ich habe an Sie gedacht, weil ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 237

● ● ● (Wiederholung)

Ein Thema, das viele Ihrer Kollegen aktuell beschäftigt, ...

Ein Thema, das auf dem .. Kongress intensiv diskutiert wurde, ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 238

Checkliste: Praktisches Vorgehen: Vorbereitung, Gespräch, Follow-up

- Ziele: Was will ich erreichen?
- Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
- Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
- Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
- Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
- Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
- Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
- Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
- Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
- Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?



Zeitrahmen



Wir hatten ja ... Minuten für unser Gespräch vereinbart ...

... In den nächsten 20 Minuten würden wir Optionen der ... beleuchten - ist das in Ordnung?

Sie sollten wissen, wann es Zeit ist zu gehen

You have to know when to leave


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 240

"Ich habe nur ... Minuten Zeit"

...

"Darf ich gleich zum Punkt kommen?"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 241



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 242

AAAA

Aktuelle
Anlässe als
Auslöser

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 243

**Checkliste: Praktisches Vorgehen:
Vorbereitung, Gespräch, Follow-up**

Ziele: Was will ich erreichen?

Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?

Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?

Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche

Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen

Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären

- Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?

Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?

Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?

Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

Gute Fragen

Bei der letzten Tagung der ... war ... ja ein aktuelles Thema. Darf ich Sie fragen, wie Sie das sehen?

Welche zwei Dinge interessieren Sie persönlich besonders?


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 245

An illustration of a man in a suit pointing at a presentation board with a line graph. He is addressing a group of people seated in front of him. A speech bubble next to him contains the word 'Wabrimida?'.

Die Frage, die wir uns von morgens bis abends stellen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 246

Wabrimida



Was bringt mir das?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 247

Auf dem richtigen Weg?

...

... Darf ich Sie fragen, inwieweit
... relevant für Sie ist?

... Darf ich Sie fragen, welches
die beiden wichtigsten Punkte
für Sie sind?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 248

**Checkliste: Praktisches Vorgehen:
Vorbereitung, Gespräch, Follow-up**

Ziele: Was will ich erreichen?

Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?

Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?

Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche

Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen

Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären

Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?

● Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?

Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?

Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

Menschen bewegen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 250

Optionen geben

Werden Sie das tun? → Passt Ihnen A oder B besser?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 251

Wohlwollen

Ich werde das prüfen → Ich kümmere mich darum

?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 252

Gewünschte Aktion

Welcher Handlungsimpuls soll aktiviert werden?

Die Person soll folgendes tun ...

Vereinbarung treffen ("Verbindlichkeit anstreben")

... Gesprächsabschluss

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 253

Aktion formulieren

"Haben wir einen Deal?" ?

Externen mit gegenüber

"Ist das so in Ihrem Sinne?"

"Findet das grundsätzlich Ihre Zustimmung?"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 254

Kooperationsformen (Auswahl)

Erörterung neuer Wirkmechanismen

- A) Visualisierung von Daten für Charts
- B) Schreiben einer Publikationen
- C) Teilnahme an Workshop
- D) Einladung als Speaker
- E) Einladung als Chairman
- F) Mitgliedschaft in Advisory Board
- G) Teilnahme an Studien
- H) Mitwirkung bei Arzneimittelkommission
- I) ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 255

**Checkliste: Praktisches Vorgehen:
Vorbereitung, Gespräch, Follow-up**

Ziele: Was will ich erreichen?
Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
● Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

Ihre 3 Kernaussagen

-
-
-

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 257

Einleitung zu Kernaussagen

Drei Dinge aus unserem Gespräch
bleiben mir in Erinnerung:

Implizite Botschaft an das Gegenüber

(Drei Dinge aus unserem Gespräch
sollten **Ihnen** in Erinnerung bleiben)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 258



Orientierung

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 259


Checkliste: Texte analysieren

- Kürze
- Redezeit versus Hinhörzeit
- Begrüßung
- Eingangs-Statement
- Aufmerksamkeits-Stärke
- Kunden-Orientierung
- Direktheits-Grad
- Nutzen-Sichtbarkeit
- Gewünschte Fragen
- Handlungs-Aufforderung
- Schluss-Statement

➔

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 260

Wahrnehmung: Effektivste Zeitpunkte



Anfang Ende

Anchoring bias *Recency bias*

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 261

Schluss-Statement

—————→

Bleibt haften

Kann ich sonst noch etwas für Sie tun?

Vodafone

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 262

Optimieren durch Testen

Entwurf

Feedback erfragen*

Zuhören

Überarbeiten

"Fragefertigkeit und Hinhörfähigkeit"

(* bei den **unwichtigsten** Personen, Praxen und Kliniken anfangen)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 263

Checkliste: Praktisches Vorgehen: Vorbereitung, Gespräch, Follow-up

- Ziele: Was will ich erreichen?
- Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
- Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
- Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
- Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
- Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
- Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
- Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
- Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
- Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

➔ - Email ...
- Telefon
- Face-to-Face-Gespräch

- Video-Telefonie (Skype ...)
- SMS
- Fax
- Brief

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 265

Ist aus Ihrer CRM-Datenbank ersichtlich

- 1) Wann war der letzte Kontakt?
- 2) Wer aus der Firma hatte den Kontakt?
- 3) Wie sieht die bisherige Kooperation aus?
- 4) Wie viel wurde bisher gezahlt?
- 5) Was wurde versprochen?


Jeden Dialog festhalten:
"Customer Journey" wird ersichtlich

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 266

Fallstricke

- Mangelnde Vorbereitung
- Mangelnde Zuverlässigkeit
- Keine Kenngrößen definiert oder gemessen
- Falsche Personen besucht
- Kein Customer Relationship Management
- Nur rational argumentiert (persönliche Ebene?)
- Keine zielführenden Fragen gestellt
- Zuviel geredet und zu wenig zugehört
- Keinen Nutzen für das Gegenüber aufgezeigt
- Keinen Handlungsimpuls gesetzt

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 267



Investieren Sie
in sich persönlich

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 268

Topleute sind top, da
sie ständig dazu lernen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 269

"Werden Sie so gut, dass man
Sie nicht ignorieren kann"

Wie →

"Be so good they can't ignore you."
Comedian Steve Martin

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 270

Aktion

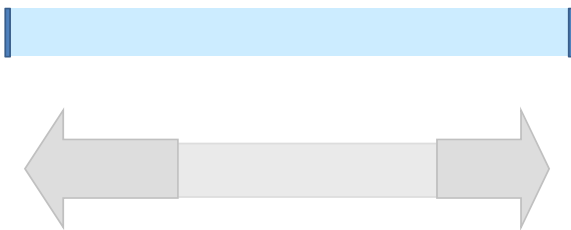


Setzen Sie Ihre Notizen in die Tat um
Handeln Sie

Freiräume

Leitplanke

Leitplanke





Niemand kann sagen, wie hoch Du fliegen kannst

Auch Du wirst es erst wissen, wenn Du Deine Flügel ausbreitest

Mehr



- www.umbachpartner.com
- www.key-opinion-leader.de
- www.advisoryboard-pharma.com
- Newsletter "Tipps und Trends"
- Email mit Link und Passwort zum Login für Klienten-Webseiten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 274

Anhang

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 275


Fallstudien Experten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 276

Anrede

IKEA, Apple ...

Experte bietet das **"Du"** an ...

Notieren  Stimmig bleiben

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 277

Ihr Telefonat erreicht Experten ungünstig

Sie rufen an

"Ich bin gerade in einem Meeting".

"Alles klar - wann würde es Ihnen passen?"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 278

Fall: Experte ist unzuverlässig

Der Experte ist chronisch unzuverlässig.

Er vergisst Zeitlinien und hält Termine nicht ein,
so dass man ihn ständig erinnern muss.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 279

Fall: Experte ist mir nicht wohlgesonnen

- Andere Kontaktperson?
- Wie wichtig ist der Experte?
- Rücksprache mit Ihrem Chef
- Option: Gesichtswahrend einen neuen Experten suchen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 280

Fall: Angebote angemessen absagen

- "Wie sag ich es meinem KOL?"*
- Stets persönlich (Akt der Wertschätzung)
 - Sachlich rechtfertigen:
*"Ein sehr interessantes Projekt.
Unter normalen Umständen"*
 - Gemeinsam kreative Optionen entwickeln

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 281

Fall: Erwartungshaltung

Marketingleiter hat große Vorstellungen vom Erreichbaren und schätzt den Einfluss Ihrer Firma auf die Experten viel höher ein als Sie

und meint, dass man diese stärker in Richtung Umsatzsteigerung lenken sollte.

?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 282

Fall: Geschäftsleitung und Ressourcen

Sie haben eine kurzfristig denkende Geschäftsleitung, die Ihnen nicht die notwendigen Ressourcen für Aufbau und Pflege eines geplanten Key-Opinion-Leader-Netzwerkes genehmigen will.

Wie gehen Sie vor?

Fall: KOL "wandert zur Konkurrenz ab"

Ein Key Opinion Leader, mit dem Sie zusammenarbeiten, erwähnt auf der gut besuchten Veranstaltung eines Mitbewerbers die Vorteile des konkurrierenden Produktes.

Wie gehen Sie vor?

Fall: Dienstherrengenehmigung

Sie haben mit einem neuen Experten einen Vortrag bei einem Kongress abgestimmt. Nur eine Unterlage fehlt noch. Der Experte verspricht "hoch und heilig", dass dies nur eine Formsache sei und er diese Bescheinigung nachreichen wird.

?

Fall: Business Class Ticket

"Experte will das Business Class Ticket umtauschen"

Wie gehen Sie vor?

Fall: Farbänderungen in Diagrammen

Der Experte will minimale, eigentlich unnötige Veränderungen an den Charts vornehmen wie beispielsweise die weiße Hintergrundfarbe auf hellgelb ändern (wobei diese Farbwahl nicht den Branding-Vorgaben aus dem Marketing entspricht).

Empfehlung

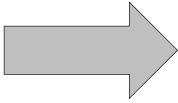
Gewährleisten Sie zunächst folgende Dinge:

- a) Die Charts reflektieren die Daten korrekt
- b) Die Charts sind lesbar
- c) Die Charts sehen nicht nach Werbung aus.

Geben Sie dem Experten eine limitierte Reihe von Charts und sagen Sie ihm, welche die drei wichtigsten Charts sind und warum.

Mehr im Buch "Erfolgreich als Medical Advisor und Medical Science Liaison Manager: Das Buch: Wie Sie effektiv wissenschaftliche Daten kommunizieren und mit Experten kooperieren, Springer-Verlag 2013

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 289



"Triage" = "Aussortieren"


Sich auf die wesentlichen Menschen, Projekte und Aussagen konzentrieren

"Sich zu fokussieren bedeutet **nicht**, zu allem 'Ja' zu sagen ..."

- Steve Jobs -

"Der Unterschied zwischen erfolgreichen und sehr erfolgreichen Leuten ist, dass die sehr erfolgreichen Leute 'Nein' sagen können."

- Warren Buffett -



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 290

Wenn Sie Talent dafür haben

Eine
Prise
Humor

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 291

Veranstaltung: Vorbereitung

- Budget zur Verfügung stellen
- Zeitpunkt frühzeitig festlegen
- Referenten: Aktuelle Inhalte, didaktisch gekonnt, Präsentationen aufeinander abgestimmt
- Zielgruppe: Die richtigen Leute einladen
- Verantwortliche für Räume, Organisation, Technik
- Kaffeepausen / Tagungsgetränke / Imbiss
- Ein Laptop für alle Charts
- Backup-Gerät für Laptop und Beamer
- Wer macht die freundliche Begrüßung?
- Wie gewährleiste ich menschlichen Kontakte
- Aktionsplan mit Verantwortlichen erstellen
- Follow-up planen (nächster Termin - save the date ?)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 292

Veranstaltung: Einladung

- Überschrift: Nutzenversprechender Titel
- Programm: Zeit, Ort, Themen, Referenten
- Zertifiziert: Punkte
- Kursdokumentation
- Kaffeepausen / Tagungsgetränke / Imbiss
- Teilnahmegebühr
- Ansprechpartner
- Anreise: Anfahrtsskizze, Vorschläge für Flug ...
- Formular für Antwort

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 293

Veranstaltung: Einladung

- Überschrift: Nutzenversprechender Titel
- Programm: Zeit, Ort, Themen, Referenten
- Zertifiziert: Punkte
- Kursdokumentation
- Kaffeepausen / Tagungsgetränke / Imbiss
- Teilnahmegebühr
- Ansprechpartner
- Anreise: Anfahrtsskizze, Vorschläge für Flug ...
- Formular für Antwort

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 294

Email direkt nach Veranstaltung

Vielen Dank für Ihre Teilnahme bei ... zum Thema ... Wir hatten ja eine lebendige und einsichtsreiche Diskussion.

Sie werden innerhalb der nächsten zwei Wochen eine Zusammenfassung erhalten.

Bei Fragen oder Anmerkungen können Sie sich gerne persönlich an mich wenden.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 295

Einladungsschreiben

Auf der diesjährigen ... war die Behandlung von ... ein wichtiges Thema.

Die aktuellen Entwicklungen werden wir auf dem Experten-Workshop in Hamburg beleuchten: Am ... im ...

Nach einem Vortrag von ... haben Sie Möglichkeit, im Kollegenkreis den Stellenwert neuer Therapie-Optionen zu diskutieren. Bei Interesse melden Sie sich bitte an auf ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 296

Follow-up-Schreiben

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung beim Experten-Workshop in Hamburg am ... Wir hatten ja eine lebendige Diskussion, bei der wir den Stellenwert neuer Therapie-Optionen bei ... beleuchtet haben. Die wichtigsten Charts, insbesondere zum klinischen Nutzen von ... finden Sie auf ...

Eine weitere Zusammenarbeit würde uns freuen. Bei Fragen oder Anmerkungen erreichen uns persönlich ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 297

Markt

"Wir arbeiten nicht in einem Naturschutz-Reservat"

Kunde

Mitbewerber

Vorteil

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 298

Anhang

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 299

Vorbereitung

Haben Sie eine Liste von 5 Fragen, die Sie den Experten stellen wollen?

Diese lauten:

...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 300

Grundsätze bei Amazon (Auswahl)

Customer Obsession – Absolut kundenorientiert
Invent and Simplify – Erfinde und Vereinfache
Learn and Be Curious - Lerne und bleib neugierig
Bias for Action – Neigung zum Handeln
Frugality – Gezielter Einsatz von Ressourcen
Earn Trust - Vertrauen aufbauen und verdienen
Deliver Results - Ergebnisse liefern

<https://www.amazon.jobs/de/principles>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

301

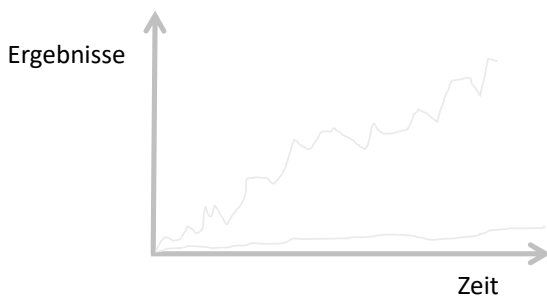
Profis

Selbstkritisch und souverän Fehler erkennen und daraus lernen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

302

Erfolgskurve



© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 303

Sie wissen etwas nicht

~~Ich werde mich schlau machen~~
Ich werde mich darum kümmern
Ich werde das klären

Vorbereiten
Zuhören
Wertschätzen

Fallstricke bei Gesprächsanfang

~~"Ich wollte mich einfach mal vorstellen"~~

~~"Ich will drei Dinge mit Ihnen besprechen"~~

Was wäre besser?

Experte:
"Was halten Sie vom Präparat XYZ? "

MSL:
~~"Unser Produkt ist besser ..."~~

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 307

"Fangfrage"

Experte:
"Warum sollte ich mit Ihnen zusammenarbeiten?"

MSL: ~~"Wir sind toll, weil ..."~~

"Wichtig ist Ihre aktuelle Situation. Darf ich Ihnen dazu ein paar Fragen stellen?
Anscheinend ... (paraphrasieren)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 308

Experte stellt Forderungen (mehr Honorar)

Zunächst annehmen und abfedern. Beispiele

"Danke, dass Sie das offen ansprechen"
"Schön, dass Sie das so direkt ansprechen"
"Vielen Dank für Ihre Offenheit"
"Ich kann Sie da gut verstehen"

Dann Argument bringen - Beispiel

"Die Zentrale gibt Vorgaben ..."

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 309

Experte kann sich nicht entscheiden

"Welche weiteren Informationen brauchen Sie noch, um eine Entscheidung zu treffen?"

"Was brauchen Sie noch, um Ja sagen zu können?"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 310

Trainieren Sie Ihre Stimme



Sprechen Sie

laut genug

langsam

präzise

mit voller Stimme
(mehr Resonanz)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 311

Körpersprache

Körperhaltung Aufrecht und
 Ruhe ausstrahlend

Gestik Spontane Bewegung

Mimik Gesicht, das Zuversicht
 und Optimismus gibt

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 312

Blickkontakt

Halten Sie Augenkontakt

Schauen Sie Ihr Gegenüber an

Digitalisierung nutzen

- Vorbereitung: Internet
- CRM
- Follow-up-Email
- Vorlagen
- Textbausteine

Anhang: Etwas Haptisches

Print:

- Publikation
- Kongress-Prospekt
- Zusammenfassung
- ...

GGGGG

Geben Sie
Ihrem Gegenüber
großzügig ein
gutes Gefühl

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 316

HHHHH

Herzlich-höfliche
Hartnäckigkeit
hilft häufig

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 317

Anhang: Ihre Zielgruppe ...

- Wird mit Informationen überflutet
- Fühlt sich oft gestresst
- Liest nicht alles, was Sie senden
- Hat wenig Zeit für Sie
- Ist manchmal vergesslich
- Akzeptiert durchaus Erinnerungen an Termine
- Hasst Unzuverlässigkeit
- Will mit Profis zusammenarbeiten
- Sucht nach dem Nutzen für sich persönlich
- Ist empfänglich für Wertschätzung

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 318

Persönlich

Wir müssen mit Menschen in der wirklichen Welt sprechen.

Wichtige Beziehungen werden stets auf der persönlichen Ebene etabliert -

egal was "Internet-Gurus" zu Online-Dialogen meinen.

We must get out there and meet people in the real world. We need to offer advice in person in order to create high-value relationships.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

319

Einsicht

... Sehen Sie die Welt mit den Augen Ihres Gegenüber ...

"Das Verständnis der menschlichen Bedürfnisse ist schon der halbe Weg zu Ihrer Befriedigung"

Adlai Stevenson

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

320

Anhang: Fallstudie

Feuchte Makula-Degeneration
Augenärzte
Lucentis® vs Eylia®
Klinische Wirkung vergleichbar
Aktivitäten von Bayer
Marktanteile

Lucentis® von Novartis Eylia® von Bayer

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

321

"Gesundheitsportale"

- www.apothekenumschau.de
- www.lifeline.de
- www.netdokter.de
- www.qualimed.de
- www.gesundheit.de
- www.patientenfuchs.de



ada.com - Your personal health guide to symptom assessment

Potenziale ausschöpfen

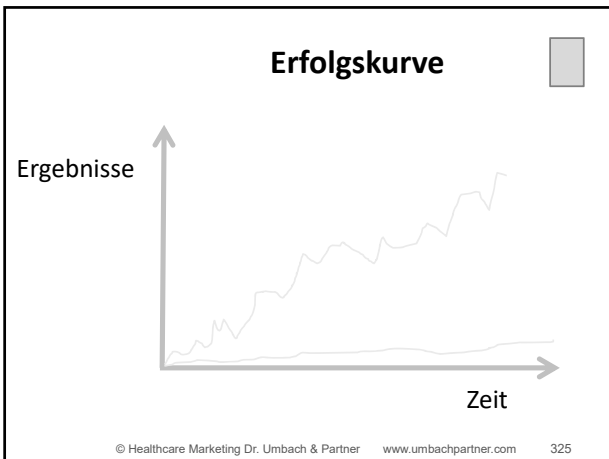
Was macht Ihnen soviel Spaß, dass Sie mehr davon täten?

Welche Aufgabe macht Ihnen am wenigsten Freude?

Was schenkt Ihnen bei der Arbeit die meiste Energie?

Wer oder was fördert Sie bei der Arbeit am besten?

Entweder Sie gestalten die Zukunft -
oder andere.



Sie wissen etwas nicht

~~Ich werde mich schlau machen~~
Ich werde mich darum kümmern
Ich werde das klären

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 326

Fallstricke

- 1) Mangelnde Vorbereitung
- 2) Zu viel geredet
- 3) Persönliche Ebene vernachlässigt

...

- ➡ Checkliste beachten
- ➡ Mehr zuhören
- ➡ Menschliche Beziehung aufbauen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 327

Fallstricke

~~"Ich wollte mich einfach mal vorstellen"~~

~~"Ich will drei Dinge mit Ihnen besprechen"~~

Die Frage "Was halten Sie von XYZ" beantworten mit

~~"Unser Produkt ist besser ..."~~

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 328

Trainieren Sie Ihre Stimme



Sprechen Sie

laut genug

langsam

präzise

mit voller Stimme
(mehr Resonanz)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 329

Körpersprache

Körperhaltung Aufrecht und
 Ruhe ausstrahlend

Gestik Spontane Bewegung

Mimik Gesicht, das Zuversicht
 und Optimismus gibt

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 330

Blickkontakt

Halten Sie Augenkontakt

Schauen Sie Ihr Gegenüber an

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 331

Digitalisierung nutzen

- Vorbereitung: Internet
- CRM
- Follow-up-Email
- Vorlagen
- Textbausteine

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 332

Anhang: Etwas Haptisches

Print:

- Publikation
- Kongress-Prospekt
- Zusammenfassung
- ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 333

GGGGG

Geben Sie
Ihrem Gegenüber
großzügig ein
gutes Gefühl

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 334

HHHHH

Herzlich-höfliche
Hartnäckigkeit
hilft häufig

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 335

Die wichtigste Lektion

... Sehen Sie die Welt mit den
Augen Ihres Gegenüber

...
"Das Verständnis der menschlichen
Bedürfnisse ist schon der halbe Weg
zu Ihrer Befriedigung"

Adlai Stevenson

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 336

Anhang: Ihre Zielgruppe ...

- Wird mit Informationen überflutet
- Fühlt sich oft gestresst
- Liest nicht alles, was Sie senden
- Hat wenig Zeit für Sie
- Ist manchmal vergesslich
- Akzeptiert durchaus Erinnerungen an Termine
- Hasst Unzuverlässigkeit
- Will mit Profis zusammenarbeiten
- Sucht nach dem Nutzen für sich persönlich
- Ist empfänglich für Wertschätzung

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 337

Anhang: !

- Suboptimale Zuverlässigkeit
- Keine Kenngrößen definiert oder gemessen
- Falsche Personen besucht
- Kein Customer Relationship Management
- Nur auf der rationalen Ebene gearbeitet
- Keine zielführenden Fragen gestellt
- Nicht wirklich zugehört
- Kein Nutzen für die Zielgruppe erkennbar
- Keinen Handlungsimpuls gesetzt

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 338

Anhang: Fallstudie

Feuchte Makula-Degeneration
 Augenärzte
 Lucentis® vs Eylia®
 Klinische Wirkung vergleichbar
 Aktivitäten der Firmen
 Marktanteile

Lucentis® von Novartis Eylia® von Bayer

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 339

Schutz vor strafrechtlicher Verfolgung

1) Trennungsprinzip

Keine Leistungen, die geeignet sind, Einfluss auf Beschaffungsentscheidungen zu nehmen

2) Transparenzprinzip

Jede Zuwendung ist offen zu legen

3) Dokumentationsprinzip

Zuwendung schriftlich festhalten
(Art, Höhe, Zweck, Gegenleistung, Kontofluss)

4) Äquivalenzprinzip

Angemessenheit von Leistung und Gegenleistung

Anhang: Kommerzielle Datenbankanbieter

Mehrere. Beispiel: Mederi
Vernetzungs-/ Bewertungskriterien

- Association
- Boards & Committees
- Health Authorities
- Events
- Publications
- Verschreibungen
- Institute/ departments
- Hospital /departments
- Private Practice
- Access Decider
- Medical Experts

Verbale Fallstricke (!)

Ich rufe an und erhalte als Antwort

1) -

2) "Ich habe gesehen, dass ..."

3) "Ich hatte noch keine Zeit, ..."



Potenziale ausschöpfen

Was macht Ihnen soviel Spaß, dass Sie mehr davon täten?

Welche Aufgabe macht Ihnen am wenigsten Freude?

Was schenkt Ihnen bei der Arbeit die meiste Energie?

Wer oder was fördert Sie bei der Arbeit am besten?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 343

Wähle den Pfad



Neues lernen
Erfahrungen sammeln

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 344
