

Ären

Stets wichtig: Innovation

- Vertrieb ("Face-to-Face-Verkauf")
- Marketing ("Marke")
- HEOR und Market Access
- Medical Affairs

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Erfolgsrezept

Es kommt nicht darauf an,
was Sie wissen, sondern
was Sie **verwirklichen**

...

Oh, weiß ich → OK, mach ich

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Ihre persönlichen Ziele

- Erfahrung gewinnen
- Netzwerk erweitern
- Aspirationen realisieren (Welche?)

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ANPACKEN

- **Analyse:** Zielgruppe und Umfeld erforschen ...
Nicht erfüllter Bedarf: Problem verstehen
Prägnante Botschaften mitentwickeln
- Ausdruck:** Kreativ die Sinne ansprechen ...
- Check:** Entwurf testen, an Feedback anpassen
- Kanäle:** Effektive Kommunikationswege finden
- Erfolgskriterien:** Kenngrößen definieren ...
- Namen:** Kontaktdaten der Kunden sammeln ...

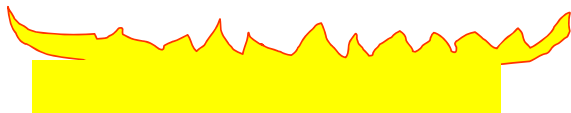
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ANPACKEN

- Analyse:** Zielgruppe und Umfeld erforschen ...
- **Nicht erfüllter Bedarf:** Problem verstehen
Prägnante Botschaften mitentwickeln
- Ausdruck:** Kreativ die Sinne ansprechen ...
- Check:** Entwurf testen, an Feedback anpassen
- Kanäle:** Effektive Kommunikationswege finden
- Erfolgskriterien:** Kenngrößen definieren ...
- Namen:** Kontaktdaten der Kunden sammeln ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Welches Problem lösen Sie?




Was bewegt und
beschäftigt Ihre Kunden?



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Wünsche des Arztes

Ich will ..  **Gesundheit verbessern**

Zufriedenere Patienten

Anerkannte Therapie (Leitlinienkonform ...)

Zeit effektiver nutzen

Wirtschaftlich erfolgreicher sein

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Nicht erfüllter Bedarf

Die dringendsten Probleme meiner Kunden sind ...

... 

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ANPACKEN

Analyse: Zielgruppe und Umfeld erforschen ...

Nicht erfüllter Bedarf: Problem verstehen

- Prägnante Botschaften mitentwickeln

Ausdruck: Kreativ die Sinne ansprechen ...


Check: Entwurf testen, an Feedback anpassen

Kanäle: Effektive Kommunikationswege finden

Erfolgskriterien: Kenngrößen definieren ...


Namen: Kontaktdaten der Kunden sammeln ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Resultat	Botschaft
 <p>Zahlen, Tabellen Diagramme</p>	<p>Bedeutung geben</p>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Kiss	
Halt es klar, kurz und anschaulich	K keep i it s short and s simple


Cicero

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Fokus
Sie müssen entscheiden, was Sie bringen und was Sie weglassen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Vereinfache

In der Beschränkung zeigt sich der wahre Meister

Wolfgang von Goethe

Schreiben ist leicht, man muss nur die falschen Wörter weglassen

Mark Twain

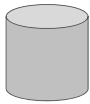
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Entscheidungskriterium

Bringt Nutzen

Nein

Ja



Nebensächlich



Wesentlich

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Profil zeigen

Kern-Botschaft

Core Message

Core Claim

Audi Quattro Commercial
<http://www.youtube.com/watch?v=swxa00zDY9E>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Prägnante Botschaft

- Aufmerksamkeit: Interesse wecken
- Nutzen: Lösung aufzeigen
- Einzigartigkeit: Besonderes verdeutlichen
- Beleg: Aussagen untermauern
- Aktion: Zu einer Handlung motivieren

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Aufmerksamkeit



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Nicht bemerkenswert
= Unsichtbar

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

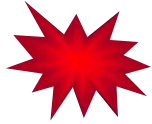
Durch die Firewall



Wer nicht auffällt, fällt weg

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Der erste Schritt



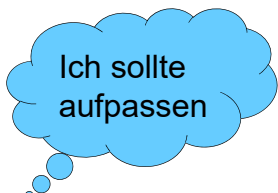
Funke

Aufmerksamkeit
und Interesse
gewinnen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Aufmerksamkeit durch Worte

Betone das Besondere → **Erster**
Neu



Ich sollte
aufpassen

... Wie
rechtfertigen?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Diese Studie ist die erste ...

- Studie, die ...
- randomisierte Studie, die ...
- randomisierte doppelblinde Studie, die ...
- randomisierte doppelblinde Studie mit einer aktiven Kontrolle, die ...
- randomisierte doppelblinde Studie mit Substantin, die ...

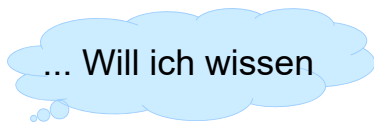
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Zeitlicher Bezug

- Heute
- In der aktuellen Ausgabe der ...
- Bei der diesjährigen Tagung ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Aufmerksamkeitsstarke Adjektive



- Neue Ergebnisse
- Aktuelle Ergebnisse
- Überraschende Ergebnisse

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Was macht neugieriger?

Schlussfolgerungen der Studie

Die drei Schlussfolgerungen der Studie

- Die 3 Schlussfolgerungen der Studie

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Was wird in welcher Reihenfolge betrachtet?

- 1) Visuelle Elemente wie Bilder, Symbole, Logos
- 2) Hervorstechende Textelemente wie Überschriften, Navigationspunkte, Bildunterschriften
- 3) Zwischenüberschriften, Bullet points, hervorgehobene Texte wie Zusammenfassungen oder Schlussfolgerungen
- 4) Erste Worte des Fließtextes, sofern sie Neugier wecken und Spannung aufbauen: "Anreißertexte", in denen noch nicht alles verraten wird und der Leser weiter lesen muss, um seine Neugier zu befriedigen
- 5) Weiterer regulärer Fließtext

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Der erste Schritt

Ich gewinne die Aufmerksamkeit meiner Kunden, indem ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Prägnante Botschaft

Aufmerksamkeit: Interesse wecken

- Nutzen: Lösung aufzeigen

Einzigartigkeit: Besonderes verdeutlichen

Beleg: Aussagen untermauern

Aktion: Zu einer Handlung motivieren

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Wabrimida?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Wabrimida

Was bringt mir das?

Was habe ich davon?

Welchen Vorteil verschafft es mir?

Inwiefern profitiere ich davon?

Welchen Nutzen ziehe ich daraus?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Was fragt der Arzt?



Studienergebnisse!

Nutzen für mich und meine Patienten?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Ihr Kunde will nur eines wissen

Was Sie für ihn tun können

➔

Das ist vorteilhaft für Sie, weil ...
Der Vorteil für Sie ist ...
Der Nutzen für Ihre Patienten ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Überleitungssätze oder "Gelenksätze"

- Das hilft Ihnen ...
- Damit verbessern Sie ...
- Damit können Sie leichter ...
- Damit erreichen Sie schneller ...
- Dadurch erhalten Sie ...
- Das ermöglicht Ihnen ...
- Dadurch schaffen Sie ...
- Das erspart Ihnen ...
- Das bedeutet für Sie mehr ...
- Das bringt Ihnen mehr ...
- Damit haben Sie mehr ...
- Dadurch gewinnen Sie ...
- Das erleichtert Ihnen ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Nutzen

Ich löse die Probleme meiner Kunden, indem ...

The benefit you bring
The value you provide
The solutions you suggest
The way you improve the client's condition

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Prägnante Botschaft

Aufmerksamkeit: Interesse wecken
Nutzen: Lösung aufzeigen
• Einzigartigkeit: Besonderes verdeutlichen
Beleg: Aussagen untermauern
Aktion: Zu einer Handlung motivieren

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Einzigartigkeit

Alleinstellungsmerkmal ...

...



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

A Auffallend und
AA Angenehm Anders
AAA Als Alle Anderen ⚡

Sie heben sich ab

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

?

Unser blutdrucksenkendes Mittel senkt effektiv den Blutdruck

↓

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

"Klasseneffekt" - Fragen

Studien- resultate mit Captopril	→ ?	Andere Substanzen derselben Klasse
	→ ?	Enalapril
		Lisinopril

Kann ich die Ergebnisse auf ähnliche Produkte übertragen?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Einzigartig



Mein Angebot ist besonders, da ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Prägnante Botschaft

Aufmerksamkeit: Interesse wecken

Nutzen: Lösung aufzeigen

Einzigartigkeit: Besonderes verdeutlichen

• Beleg: Aussagen untermauern

Aktion: Zu einer Handlung motivieren

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Beleg

- Studiendaten
- Publikationen
- Experten-Aussagen (Sammeln)
- Marktzahlen
- Richtlinien und Empfehlungen verschiedener Fachgesellschaften

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Zahl der Patienten

PLAVIX® - Mehr als 70 Millionen behandelte Patienten

Plavix® : Clopidogrel , Sanofi / BMS Dt. Ärzteblatt

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Prägnante Botschaft

- Aufmerksamkeit: Interesse wecken
- Nutzen: Lösung aufzeigen
- Einzigartigkeit: Besonderes verdeutlichen
- Beleg: Aussagen untermauern
- Aktion: Zu einer Handlung motivieren

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Handlungsaufforderung

- Emailen
- Anrufen
- Schreiben
- Veranstaltung besuchen
- Präsentieren
- Patienten in Studie aufnehmen
- Empfehlen
- ...

Ask for Action

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ANPACKEN

- Analyse: Zielgruppe und Umfeld erforschen ...
- Nicht erfüllter Bedarf: Problem verstehen
- Positionierung: Prägnante Botschaft entwickeln
- Ausdruck: Kreativ die Sinne ansprechen ...
- Check: Entwurf testen, an Feedback anpassen
- Kanäle: Effektive Kommunikationswege finden
- Erfolgskriterien: Kenngrößen definieren ...
- Namen: Kontaktdaten der Kunden sammeln ...

➔ Kundenerlebnis (Customer Experience) schaffen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Ausdrucksspektrum

- Wertvolles Warenzeichen
- Treffendes, positives Vokabular
- Klare Kernaussage
- Gewinnender Text
- Relevante Ziffer
- Einprägsame Merkmale
- Lesefreundliches Schriftbild
- Wirkungsvolles Layout
- Eindeutige Farbwahl
- Verständliche Tabellen
- Einleuchtende Schaubilder
- Professionelle Bilder
- Direkt Erlebbares



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Ausdrucksspektrum

Wertvolles Warenzeichen

- Treffendes, positives Vokabular
- Klare Kernaussage
- Gewinnender Text
- Relevante Ziffer
- Einprägsame Merkmale
- Lesefreundliches Schriftbild
- Wirkungsvolles Layout
- Eindeutige Farbwahl
- Verständliche Tabellen
- Einleuchtende Schaubilder
- Professionelle Bilder
- Direkt Erlebbares

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

**Scandinavian
Simvastatin
Survival
Study** → **Zocor
Survival
Study**

Merck & Co

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

International
Nifedipine once-daily
Study:
Intervention as a
Goal in
Hypertension
Treatment → **Adalat[®]
INSIGHT
Study**

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Den anderen Therapiearm nennen

- Kontrolle
- Standardtherapie
- Konventionelle Therapie
- Vergleichssubstanz
- Referenzsubstanz
- Goldstandard

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Sprachlich

Wertvolles Warenzeichen

Treffendes, positives Vokabular
Klare Kernaussage
Gewinnender Text
Relevante Ziffer
Einprägsame Merkmale

Verbal

Lesefreundliches Schriftbild
Wirkungsvolles Layout
Eindeutige Farbwahl
Verständliche Tabellen
Einleuchtende Schaubilder
Professionelle Bilder
Direkt Erlebbares

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Macht der Sprache


Worte stiften
Sinn und geben
Orientierung

...

Oft bestimmen Worte, wie sich
Menschen fühlen und wie sie handeln

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com


Die Kunst der Rhetorik



Die Fähigkeit, das jeder
Sache innewohnende
Überzeugende zu erkennen,
zu ordnen und sprachlich
geschickt zu gestalten

Aristoteles

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Mit der Sprache spielen Sie ein unglaublich gefährliches Spiel


Frank Luntz: Words that work

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Which Test Won?

Risk Free
Email
Access it Now

Create Your Profile for
Free and Unlimited Access
Email
Access it Now



113% higher conversion rate

<http://nl1.chickstat.com/order-form-headline-length-test-results?pollid=11>

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

...

Das ist eine tolle Idee und ich habe ...

Das ist eine tolle Idee, aber ich habe ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Gewisse Worte verwandeln



Ihren Text ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Stacheldrahtworte

aber, problematisch, schwierig,
kompliziert, fraglich, Fehler ...

"Wortfallen" → Check

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Brille Fielmann

Wir haben nur Ihre Augen im Kopf Apollo-Optiker

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Speisekarte

mit Schokolade


mit Zartbitter-Schokolade

mit Schweizer Zartbitter-Schokolade

➔ Je spezifischer und konkreter,
umso mehr bestellt

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Die Macht der Worte

 **Brot-Auswahl
in Bäckerei**

Fabrikbrot

Ofenbrot

Landofenbrot

Französisches Landofenbrot


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Begriffe für Ihren Bereich

 **Sprachliche Essenz**

Identität



 **Keywords für SEO**

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Vokabular

Arzneimittel Examplex

- Substantin
- Examplex
- Indikation ABC
- effektiv
- einfach
- Lösung
- zeitsparend
- schneller
- Vorteil
- physiologisch

← Sprachschatz Ihrer Zielgruppe

Vokabular

Spezielle Arzneimittel

- natürlich
- wirksam
- Hilfe
- gesund werden
- Einklang
- Mensch
- Natur
- Pflanzenreich
- Gesundheit
- liegt am Herzen
- reguliert
- fördert
- helfen
- ausgleichend
- stabilisierend
- ganzheitlich
- Wohlbefinden
- Ratgeber



Ihr Vokabular

Die 10 wichtigsten Worte



•	•
•	•
•	•
•	•

Beachte rechtliche Restriktionen!

Ihre persönliche Liste?

Verwende "wichtige" Worte



VIW = Very Important Words

- der Name des Gegenüber
- Danke
- Ja

PURL

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Zauberwort

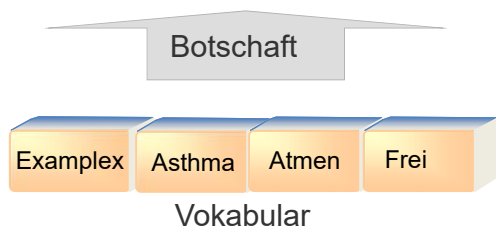
nein!

ja!

Eigenmarke von REWE

Sprache

Mit Examplex freies Atmen bei Asthma



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Benutzer-Freundlichkeit

Die neue intravenöse Formulierung von Examplex benötigt eine kürzere Infusionsdauer

➔

Examplex spart Zeit

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Benutzer-Freundlichkeit

Examplex ist als einmal tägliche Formulierung verfügbar

➔

Einfach einzunehmen

Bessere Compliance der Patienten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

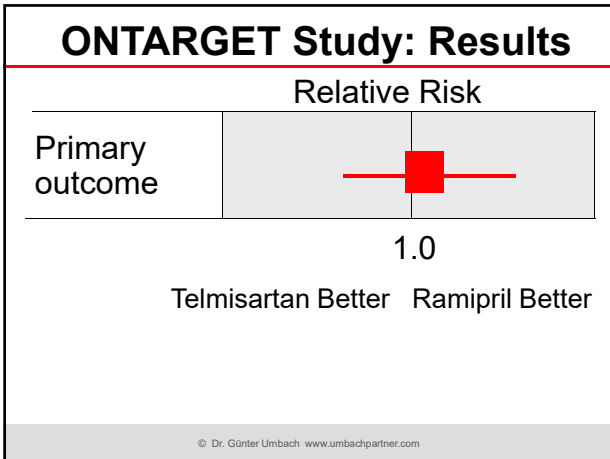
ONTARGET

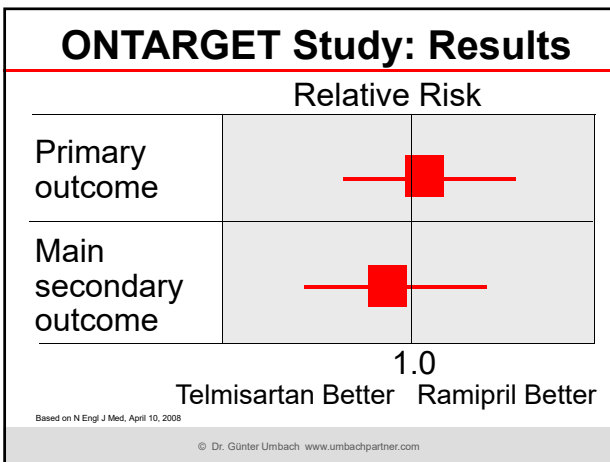
Boehringer Ingelheim:
Studie in 40 Ländern
25 600 Patients with erhöhtem kardiovaskulärem Risiko

ARB Telmisartan (Micardis) vs
ACE-Inhibitor Ramipril vs
Kombination

Results of the trial were presented at the American College of Cardiology 57th Annual Scientific Session and published simultaneously online in the New England Journal of Medicine
Printed version: N Engl J Med April 10, 2008

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com





ONTARGET

Telmisartan was "noninferior" to ramipril ...

Telmisartan was equivalent to ramipril ...

N Engl J Med, April 10, 2008

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ONTARGET

Telmisartan was equivalent to ramipril in patients with vascular disease or high-risk diabetes and was associated with less angioedema.

N Engl J Med, April 10, 2008

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ONTARGET: Kongress

Telmisartan ist genauso wirksam wie Ramipril - aber besser verträglich

Eindruck beim ESC München, September 2008

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Case Study

Open-label-Studie bei Asthma-Patienten: Die von den Patienten angegebene Linderung der Symptome war in der Symbicort-Gruppe stärker ausgeprägt als in der Advair-Gruppe.

Eine gute Überschrift für die Ergebnisse ...

Global sales in 2007: AstraZeneca's Symbicort \$1.6bn GlaxoSmithKline's Advair \$6.4bn
The open-label study data showed that asthma patients treated with Symbicort combination therapy fixed dose were more satisfied with the timelines of their symptom relief than those patients treated with Advair combination.

Based on: Statement from Dr Richard O'Connor, lead investigator,
Presentation at Int'l Conference of the American Thoracic Society in Toronto,
Article in www.pmlive.com
www.pmlive.com/index.cfm?fa=news&id=1&articleID=4738

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Asthma-Patienten bevorzugen Symbicort

Asthma Patients Prefer Symbicort

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ACTION Study

Long-Acting Nifedipine in Angina

Randomisierte Studie mit Tausenden von Patienten mit Angina pectoris. Ergebnisse:

Addition of nifedipine GITS to conventional Treatment of angina pectoris has no effect on major cardiovascular event-free survival. Nifedipine GITS reduces the need for coronary angiography and interventions.

Based on presentations and The Lancet published online August 31, 2004

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ACTION: Message to Physicians

Long-Acting Nifedipine in Angina

A unique study due to its design, size and scientific validity

Proven safety and improved outcomes on top of best practice treatment*

*Primary endpoint and interventions

Based on presentations and The Lancet published online August 31, 2004

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Case Study

Studie mit Tausenden von Patienten mit arterieller Hypertonie (Bluthochdruck).
Die Ergebnisse sind wie folgend ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Exampel-Studie: Outcome I

Relatives Risiko

Primäre Endpunkte		■	
	0.6	1.0	1.4
	Exampel besser	Control besser	

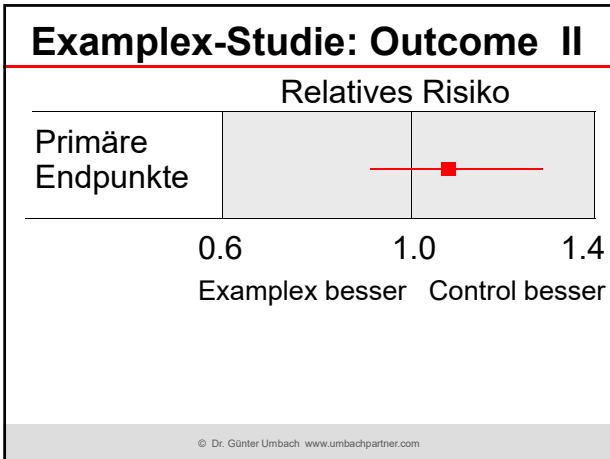
Welche 3 Fragen?

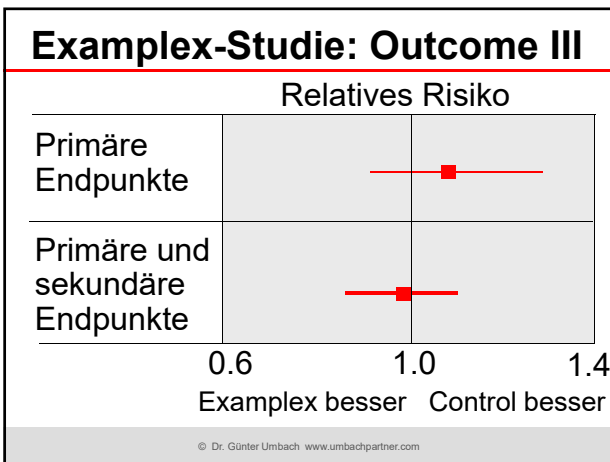
© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

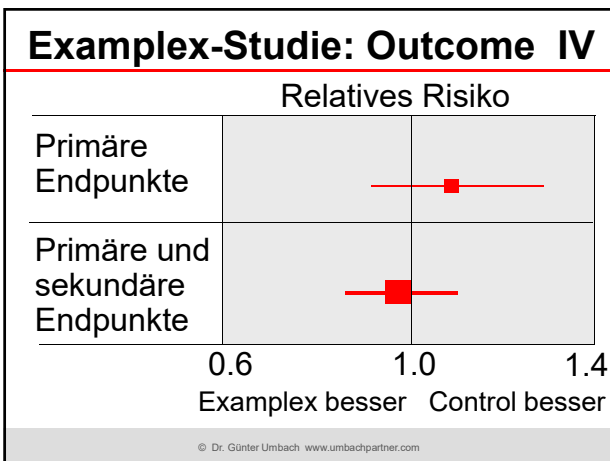
3 Fragen

- Konfidenz-Intervalle (Vertrauensbereiche)
- Ergebnis für primäre und sekundäre Endpunkte
- Zahl der individuellen Endpunkte

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com







Statistische Auswertungen

The chart shows two groups of bars. The first group, labeled 'Intention-to-Treat-Analyse', has a grey bar for 'Standard' and a green bar for 'Exampel'. The second group, labeled 'Per-Protocol-Analyse', also has a grey bar for 'Standard' and a green bar for 'Exampel'. The green bars are consistently taller than the grey bars in both groups.

Standard Exampel Standard Exampel
Intention-to-Treat-Analyse Per-Protocol-Analyse

... Frage nach!

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Alle Aspekte beachten

- Ethische
- Rechtliche
- Interne (Verhaltens-Kodex ..)

Schlechte Daten nie verheimlichen

Alle Ergebnisse veröffentlichen - egal ob positiv oder negativ

www.icmje.org

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

The Washington Post August 26, 2004

Unfavorable Test Results

GlaxoSmithKline hid and misrepresented unfavorable data about the effectiveness and safety of its top-selling antidepressant Paxil ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

The New York Times

Company playing down risks

Eli Lilly had provided information to doctors that did not match the data the company circulated internally.

Source: Internal company memo provided to the New York Times

Zyprexa (Olanzapine): Drug for schizophrenia making \$4.2 billion (30% of Lilly's overall sales).

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

The New York Times

Experts Conclude Pfizer Manipulated Studies

Experts analyzed internal company documents concluding that Pfizer marketers put a positive spin on negative research for its epilepsy drug Neurontin. The company worked to suppress unflattering studies to make the drug look more effective for uses that hadn't yet been approved by the FDA.

FINANCIAL TIMES 1 April 2008

Attorney-general Andrew Cuome, New York, opened an investigation into allegations that Schering Plough and Merck & Co had deliberately concealed disappointing data of their product.

Inegy® /Mytorin® = Ezetimib (Zetia®) + Simvastatin (Zocor®)

Shareholder value: Minus 8 billion \$ / Minus 15 billion \$

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

JAMA

Vioxx documents offer glimpse into ... data manipulation

... mortality reporting in internal documents vs published papers and FDA communications.

Quellen:
www.theheart.org
Ross J et al. Psaty B and Kronmal RA: JAMA 2008; 299:1800-1812, 1813-1817

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Daten kommunizieren



MSD nahm
Schmerzmittel
vom Markt

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Schreibe achtsam

ABC & Co Trainings-Unterlage Fragen zur Arzneimittelsicherheit



"... könnte so interpretiert werden, dass der Aussen-dienst sich Fragen der Ärzte entziehen soll"

Übersetzter Artikel, The Wall Street Journal, November 2004

* umgehen, vermeiden

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Pass auf, was Du schreibst

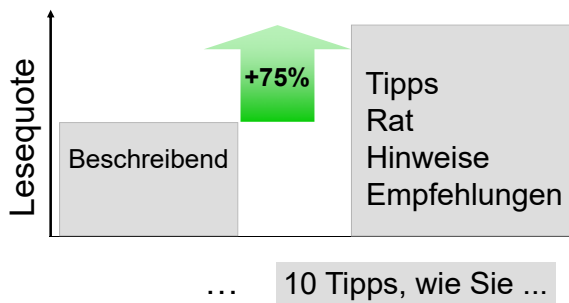


Jede Trainingsunterlage ist eine lose Kanonenkugel ...

"Jedes Schrifterl ist a Gifterl"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Texte



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Ähnlichkeit schafft Vertrauen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Zielgruppenspezifisch

Speziell für den Empfänger schreiben
= Thema gezielt aufbereiten
= Text maßschneidern

Sprich die Sprache
Deiner Zuhörer oder Leser,
und Du wirst eher akzeptiert

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Bedarf ist zielgruppenspezifisch

Wissenschaftlicher Experte 

Chefarzt

Fortbildungsbeauftragter

Teilnehmer


Gehen Sie auf Ihren Gesprächspartner ein

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Erlebniswelt

Je dichter ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



Mit der Sprache spielen Sie ein unglaublich gefährliches Spiel

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Onkologen

Zytostatika	•
Chemotherapeutika	•
Chemikalien	-
Therapie-Regimes	•

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Industrie Ärzte Apotheker

Produkt	•	
Marke	•	
Brand	•	
Präparat	•	•
Medikament	●	•
Arzneimittel	•	●

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Ärzte ↔ **Apotheker**

Viele ...
in Ihrer Praxis wünschen sich ...

Viele ...
in Ihrer Apotheke wünschen sich ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Zielgruppenspezifische Ansprache

➔ niedergelassene Kinderärztin
Sie als Healthcare Professional
Sie als Mitglied der Heilberufe

- Sie als Medizinerin
- Sie als Ärztin
- Sie als Kinderärztin
- Sie als niedergelassene Kinderärztin


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Niedergelassener Arzt in Praxis ↔ Angestellter Arzt in Krankenhaus

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Geschäfts-Korrespondenz

Grußformeln und Emailsignaturen



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

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Programm für Österreich

<p style="text-align: center;">Medical Advisor Workshop</p> <p style="text-align: center;">Dr. Günter Umbach</p>	<p style="text-align: center;">Medical Advisor Workshop</p> <p style="text-align: center;">Dr. Günter Umbach Dr. Günther Loibner Rechtsanwalt, Wien</p> <div style="text-align: right;"></div>
--	---

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Schreiben an Ärzte

Herr Doktor Maier, wir

- entlasten Sie
- betreuen Sie
- begleiten Sie
- unterstützen Sie
- helfen Ihnen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Unterschriften in Richtung Ärzte (neben dem Produktmanager)

- CEO / CFO
- BU Head / GE Leiter
- Geschäftsführer
- Leiter Marketing
- Marketing Manager
- Medizinisch-wissenschaftlicher Leiter
- Medizinischer Direktor
- Medical Advisor

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Wirkungsvollste Grußformel ?

Mit freundlichen Grüßen

Viele Grüße aus Köln

➔ Viele Grüße nach Bonn



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Sag die Wahrheit,
aber sag sie mit
angenehmen Worten

Zarathustra, 1000 B.C.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

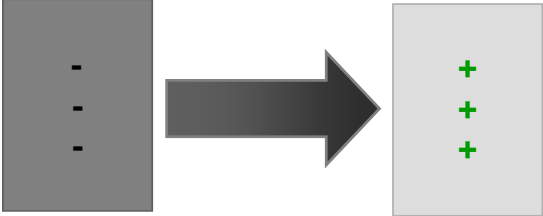
Hell



Bejahend
Optimistisch
Zuversichtlich

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com


Text redaktionell überarbeiten



Verbessere Dein Vokabular ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Positiv formulieren



Das Medikament hat nur wenige Nebenwirkungen

Das Medikament ist gut verträglich

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

- → +

problematisch	vielschichtig
enttäuschend	aufschlussreich
	lehrreich
	wegweisend

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

- → +

Problem	Echte Herausforderung
	Besondere Situation
	Projekt
	Faszinierendes Problem
Problem	

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

optimal	empfehlenswert
Mittel der Wahl	empfohlen von
bestes ...	sehr gut

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Den Vorteil betonen

Was die Firma macht	Nutzen des Kunden
Wir informieren Sie über die neuesten Trends	Sie erfahren die neuesten Trends Sie sind über die neuesten Trends auf dem laufenden

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

?


Die Aussendung der bestellten Literatur wird in den nächsten 2 Wochen erfolgen

↓

Sie werden die gewünschte Literatur in den nächsten 2 Wochen erhalten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Text-Analyse



- Kunden-Orientierung
- Direktheits-Grad
- Nutzen-Sichtbarkeit

➔ **Fallstudien**

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Kunden-Orientierung

Fokussiert auf den Adressaten ?

Sie oder Ihr oder Kundenname
Wir oder Unser oder Firmenname

Je höher, umso besser ... Website

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com


Direktheit

Bejahende und positive Aussagen ?

Direkte Aussagen
Alle Aussagen

Je höher, umso besser

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

-  +

Nicht schlechter als Vergleichbar
Gleichwertig Gleichwertig

... Informationsbeauftragten / Statistiker fragen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Mach direkte Aussagen!

Bejahend,
bekräftigend
bestätigend

keine schlechte
Wahl

eine gute
Wahl

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Positiv ausdrücken

10% der Patienten
sterben innerhalb
von 5 Jahren

90% der Patienten
leben nach 5
Jahren

Kein
Problem

Alles im grünen
Bereich

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

- +

Nein, fast
unmöglich

Das wäre möglich,
wenn ...

➔ www.wortemitwirkung.de

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Nutzen-Sichtbarkeit

Nutzen	Leben
Wert	Unterstützung
Vorteil	Ergebnis
...	...

Gesamtzahl der Wörter

Je höher, umso besser

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Grammatik

Passiv	→	Aktiv
Opfersprache		Handelssprache

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Benutze den Aktiv

<i>Passiv</i>	<i>Aktiv</i>
In der Exemplex-Gruppe wurde eine Senkung der Mortalität beobachtet	Exemplex verlängerte das Leben

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Statt **Prove oder **Beweisen** ...**

Validate	Validieren
Document	Belegen
Confirm	Bestätigen
Highlight	Hervorheben
Support	Unterstützen
Emphasize	Betonen
Underline	Unterstreichen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Ausdruck: Sprache

**Gewinnender Text
in Stichpunkten**

Mit Bullet points überzeugen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Numerische Identität schaffen

Zovirax® : Reduktion der Herpes-Rezidiv-Rate	75%
Capoten® : Reduktion der kardiovaskulären Morbidität	20%
Gilenya® : Schubratenreduktion bei Multipler Sklerose	52%

Zovirax®, Capoten®, Gilenya® sind geschützte Marken

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Optisch

Wertvolles Warenzeichen
Treffendes, positives Vokabular
Klare Kernaussage
Gewinnender Text
Relevante Ziffer
Einprägsame Merkmale


Lesefreundliches Schriftbild
Wirkungsvolles Layout
Eindeutige Farbwahl
Verständliche Tabellen
Einleuchtende Schaubilder
Professionelle Bilder

Visuell

Direkt Erlebbares

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Design: Visueller Eindruck



Circus Look

Je bunter, schöner, kreativer,
umso weniger ... glaubwürdig

Je mehr etwas nach Werbung,
Marketing oder Vertrieb riecht,
umso weniger ... glaubwürdig

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ANPACKEN

Analyse: Zielgruppe und Umfeld erforschen ...
Nicht erfüllter Bedarf: Problem verstehen
Positionierung: Prägnante Botschaft entwickeln
Ausdruck: Kreativ die Sinne ansprechen ...

- Check: Entwurf testen, an Feedback anpassen

Kanäle: Effektive Kommunikationswege finden
Erfolgskriterien: Kenngrößen definieren ...
Namen: Kontaktdaten der Kunden sammeln ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Freigabeprozess beschleunigen

- Ein Hauptverantwortlicher
- Wichtige Elemente des Entwurfes im Vorfeld mit Informationsbeauftragten besprechen
- "Redaktions-Komitee":
Alle an einen Tisch bringen
- Software mit aktualisierten, datierten, signierten Versionen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

ANPACKEN

- Analyse: Zielgruppe und Umfeld erforschen ...
- Nicht erfüllter Bedarf: Problem verstehen
- Positionierung: Prägnante Botschaft entwickeln
- Ausdruck: Kreativ die Sinne ansprechen ...
- Check: Entwurf testen, an Feedback anpassen
- Kanäle: Effektive Kommunikationswege finden
- Erfolgskriterien: Kenngrößen definieren ...
- Namen: Kontaktdaten der Kunden sammeln ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Die optimale Veranstaltung



Super-Referenten
Nettes Ambiente
Gutes Essen

Events

Kongresse Workshops

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Veranstaltung: Ziele

- Menschliche Beziehungen pflegen
- Botschaft vermitteln
- Dazu lernen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Einladungsschreiben

Auf der diesjährigen ASCO 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

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

Publikations-Strategie

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

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Wer schreibt das Manuskript?

- Der Experte selber
- Assistenten des Experten

- Support durch Medical Writer

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com
