

Zugang zu medizinischen Fachkreisen erlangen

Gesprächstermine mit HCPs bekommen: Tipps

Wie Sie durch aktuelle Anlässe leichter Besuchstermine erreichen

Eine Herausforderung der Healthcare-Branche

Sie sind in Medical Science Liaison oder Marketing & Vertrieb tätig und möchten die typischerweise sehr beschäftigten Healthcare Professionals (HCPs) bzw. Key Opinion Leader (KOLs) für ein gemeinsames Gespräch zu gewinnen?

Natürlich gibt es kein Patentrezept, aber hier eine Reihe von Optionen – alle erfordern ein gewisses Maß an Neugier, Spürsinn und Selbst-Disziplin.

Es ist hilfreich, einen guten, sprich aktuellen, Anlass für die Kontakt-Aufnahme zu finden, so dass Sie Interesse an einer Interaktion wecken – unabhängig davon, ob Sie den Kontakt via Telefon oder via Email aufnehmen.

Beispielsweise sollten in einer Email bereits Betreffzeile, Überschrift oder erster Satz genug Neugier auslösen und genug Interesse wecken, um beim Gegenüber den Wunsch nach Mehr zu schaffen.

Einige sprachliche Formulierungen werden wir nachfolgend beleuchten. Wählen Sie, was passt, um im Bewusstsein Ihrer Zielgruppe als attraktiver Grund für ein Gespräch wahrgenommen zu werden.

Aktivitäten Ihres Gegenübers

Finden Sie heraus: Hat der Experte vielleicht gerade

- einen Vortrag gehalten
- ein Paper veröffentlicht
- einen Qualitätszirkel geleitet?

Dann können das aufgreifen und beispielsweise sagen:

- "Ich habe Ihren ausgezeichneten Vortrag beim ... gehört"
- "Ich habe Ihre aktuelle Publikation in ... gelesen"
- "Darf ich an die Veranstaltung anknüpfen und ..."

Ein Hinweis: Sie wollen natürlich nicht die Details der Publikation diskutieren, sondern lediglich die Verbindung zu Ihrem eigenen Thema schaffen.

Anlass im wissenschaftlichen Umfeld finden

Beispiele:

- "In der aktuellen Ausgabe der Fachzeitschrift ... gab es ja einen interessanten Artikel zu ... "
- "Bei der diesjährigen Tagung der Deutschen Gesellschaft für ... gab es ja eine kontroverse Diskussion zu ..."
- "Letzte Woche fand ja der ... Kongress statt, bei dem es auch ein Symposium zu ... gab"
- "Es wurden ja gerade neue Guidelines zur Behandlung von ... veröffentlicht."

Anlass im beruflichen Umfeld finden

Beispiele:

- "Herzlichen Glückwunsch, Sie haben ja gerade eine neue Position als ... im Krankenhaus erhalten"
- "Ihre Klinik hat ja ein neues Leistungsangebot in Form einer Schmerzambulanz ... bekanntgegeben"

Für Empfehlungen sorgen und diese nutzen

Beispiele:

- "Ich soll Ihnen herzliche Grüße ausrichten von Dr. Peter Maier, der empfohlen hat, Sie anzusprechen ..."
- "Neulich war ich bei Ihrem Kollegen Dr. Peter Maier, der mir sagte, dass Sie ..."

Hinweis: Dies setzt natürlich voraus, dass man Sie tatsächlich empfohlen hat. Vorteilhaft ist auch, wenn Sie der empfehlenden Person für die ausgesprochene Empfehlung danken.

An ein vorheriges Gespräch anknüpfen

Beispiele:

- "Bei unserem letzten Gespräch äußerten Sie ja Interesse an ..."
- "Bei unserem vorigen Kontakt schien ja ... für Sie besonders relevant zu sein"

Voraussetzung ist natürlich, dass Sie sich entsprechende Notizen gemacht haben, am besten im Customer-Relationship-Management-System.

Hinweis: Verlassen Sie sich nicht auf Ihr Gedächtnis, sondern notieren Sie Ihre Kernpunkte stets schriftlich.

Wo finden Sie die notwendigen Informationen?

Viele Daten finden Sie innerhalb weniger Minuten bei Ihrer Internet-Recherche, beispielsweise auf:

- Google und Google Scholar
- Webseiten von Kliniken und Praxen
- XING und LinkedIn (wo Sie ein Profil haben sollten).

Weitere Daten finden Sie in der firmeninternen Kunden-Datenbank und Mitgliedern Ihres persönlichen Netzwerks im wirklichen Leben.

Empfehlung: Testen

Wenn Sie vertrauensvolle Beziehungen aufbauen wollen: Probieren Sie aus, welche der genannten Tipps bei Ihnen am besten funktionieren.

Für persönliche Unterstützung: [Kontakt »](#)

Audio und Video

<https://www.umbachpartner.com/de/gesprachstermine-mit-healthcare-professionals-hcps-bekommen>

Newsletter gratis beziehen

<https://www.umbachpartner.com/de/management-newsletter>