

Ihre Erfolgskennzahlen

Liebe Leserin, lieber Leser,

Die heutige Arbeitswelt fordert, dass man Ergebnisse nachvollziehbar und am besten quantitativ belegen kann.

Wie können Sie Ihre zukünftigen Erfolge messbar und belegbar machen und so den Stellenwert Ihrer Projekte verdeutlichen?

Hier einige Kenngrößen, die für Sie relevant sein können:

- Zahl der Patienten in klinischen Studien
- Zahl der Teilnehmer an Ihren Workshops
- Responseraten auf Ihre Mailings
- Zahl der Kontakte in Ihrer Kundendatenbank
- Besucherzahlen auf Ihren Webseiten
- Konversionsrate Ihrer Website
- Entwicklung der Marktanteile
- Jahresumsatz
- Produktdeckungsbeitrag
- Relativer Return on Investment pro Kampagne.

Wie viele "Key performance indicators" sind sinnvoll?

Novartis-CEO Joe Jimenez brachte es in einem Interview mit der renommierten Financial Times auf den Punkt:

"... the problem was not having too few, but too many. And, therefore, nothing was being measured."

Konzentrieren Sie sich auf wenige ausgewählte Kriterien, die im Unternehmen anerkannt sind. Wählen Sie dabei Ziele, die Sie mit grosser Wahrscheinlichkeit erreichen werden.

Denken Sie darüber hinaus auch an Ihre persönlichen Ziele wie beispielsweise

- Gute Kontakte zu Experten
- Gewinn an beruflicher Erfahrung
- Erweiterung Ihres Netzwerkes.

Ihr Günter Umbach

Tipp: Workshop zu Erfolgskennzahlen im Pharma-Marketing: Steuerungsinstrumente für Professionals, die Marktchancen effektiver nutzen möchten: <http://www.effektivespharmamarketing.de>

Den jeweils aktuellen Newsletter können Sie beziehen über <http://www.tipps-trends.com>