

## Warum manche Kunden bei Ihren Konkurrenten sind

Liebe Leserin, lieber Leser,

Vielleicht fragen Sie sich, warum manche Ärzte und Patienten anscheinend mehr auf der Seite Ihrer Konkurrenten als auf Ihrer Seite sind?

Hier mögliche Gründe, warum manche Menschen mehr Zeit mit Ihren Mitbewerbern als mit Ihnen verbringen - und was Sie dagegen tun können.

Die 10 Punkte basieren auf drei Jahrzehnten Erfahrung als Arzt, Medical Advisor, Marketingleiter und als Berater für die Industrie:

- 1) Ihre Mitbewerber bieten ihren Lesern Texte an, die prägnanter und lesefreundlicher wirken.
- 2) Ihre Mitbewerber haben eine gute gedruckte Patienten-Broschüre mit praktischen Hinweisen.
- 3) Ihre Mitbewerber haben gute Kontakte zu Patientenorganisationen und Selbsthilfegruppen.
- 4) Ihre Mitbewerber haben eine Service-Telefonnummer oder Hotline, bei der Interessierte anrufen können.
- 5) Bei Ihren Mitbewerbern ist bei der Service-Telefonnummer jemand auch außerhalb der begrenzten Bürozeiten erreichbar.
- 6) Ihre Mitbewerber sind im Internet sichtbarer, da sie bei den Google-Suchergebnissen weiter oben stehen.

7) Ihre Mitbewerber haben Webseiten, die aufgrund kürzerer Downloadzeiten schneller geladen werden.

8) Ihre Mitbewerber bieten auf ihren Webseiten eine bequeme, funktionierende "On-Site-Suche".

9) Ihre Mitbewerber haben auf ihren Webseiten Antworten zu den häufigsten Fragen (FAQ).

10) Ihre Mitbewerber versenden einen elektronischen Newsletter, den man einfach und gratis bestellen kann.

**Die Frage ist: Welche Handlungs-Empfehlungen ergeben sich daraus möglicherweise für Sie und Ihr Team?**

1) Beauftragen Sie einen Texter mit Erfahrung im Schreiben von Mailings und Online-Texten damit, Ihre Texte zu überarbeiten. Worte mit Wirkung und Überzeugungskraft finden Sie auch auf [www.wortemitwirkung.de](http://www.wortemitwirkung.de)

2) Lassen Sie eine aktuelle, bebilderte und lesenswerte Patienten-Broschüre schreiben.

3) Nehmen Sie Kontakt mit der betreffenden Patientenorganisation oder Selbsthilfegruppe auf.

4) Kommunizieren Sie Ihre Service-Telefonnummer breit, so dass Interessierte dort anrufen können.

5) Lassen Sie bei dieser Service-Telefonnummer außerhalb der Bürozeiten einen Anrufbeantworter laufen oder beauftragen Sie ein Call-Center damit, dann Nachrichten anzunehmen.

6) Sorgen Sie durch Suchmaschinen-Optimierung für einen Google-Spitzenplatz für Ihre Webpräsenz. Tipps für Search Engine Optimization finden Sie auf [www.seo-pharma.de](http://www.seo-pharma.de)

7) Lassen Sie Ihre Webseiten überarbeiten und verzichten Sie auf hochauflösende Bilder und aufwändige Animationen. So erhöhen Sie die Ladegeschwindigkeit Ihrer Webseiten.

8) Lassen Sie eine "On-Site-Suchfunktion" in Ihre Webpräsenz einprogrammieren. Prüfen Sie anschließend und dann nach zwei Wochen, ob diese tatsächlich perfekt funktioniert.

9) Erstellen Sie eine Frage- und Antwort-Sektion zu den häufigsten Fragen. Stimmen Sie diese Texte mit dem Informationsbeauftragten, dem Stufenplanbeauftragten und der Rechtsabteilung ab.

10) Etablieren Sie einen elektronischen Newsletter, der Ihren Zielgruppen einen klaren Nutzen bringt und den Sie alle zwei bis drei Monate versenden. Hinweise dazu auf [www.effektive-newsletter.de](http://www.effektive-newsletter.de)

### *Workshop-Tipps*

Wie Sie Kunden gewinnen und Umsätze steigern:  
Erfahren Sie das Beste aus dem Businessbuch  
"Erfolgreich im Pharma-Marketing"  
[www.professionelles-produktmanagement.de](http://www.professionelles-produktmanagement.de)

Medical Advisor Workshop für Med.-Wiss. und  
medizinische Fachreferenten [www.medicaladvisorworkshop.de](http://www.medicaladvisorworkshop.de)

Viel Erfolg beim Überholen Ihrer Mitbewerber wünscht Ihnen

Günter Umbach

Diese Tipps finden Sie auch als Audio im Newsletter-Archiv:  
<http://www.umbachpartner.com/cms/de/rat-ideen-tips/newsletter-archiv.html>

Jeweils aktuellen Newsletter gratis beziehen: [www.tipps-trends.com](http://www.tipps-trends.com)