

## Die Zukunft der Pharma-Kommunikation

# Was Pharmareferenten wirklich erfolgreich macht

Der digitale Wandel stellt viele Pharmaunternehmen vor große Herausforderungen: Auf welchen Kanälen erreichen wir die Ärzte am besten? Wie bewältigen wir die Datenflut und wie stellen wir Compliance dabei sicher? Und natürlich: Wie unterstützen wir die Pharmareferenten bestmöglich? Die Antwort darauf ist überraschend einfach.

Ob kleine oder große Pharmaunternehmen, ob in lokalen oder internationalen Märkten aktiv – sie alle stehen vor den Herausforderungen, die ihre Multichannel-Aktivitäten in Vertrieb und Marketing aufwerfen. Denn die Anforderungen an Pharmareferenten sind heute komplexer denn je. Die Einbahnstraße, auf der nur Botschaften überbracht werden, möchte kein Arzt mehr länger betreten. Der HCP wird seine kostbare Zeit nur dann investieren, wenn er auf dem für ihn besten Kanal mit den ihm gerade interessierenden Informationen versorgt wird, sei es per E-Mail oder Videokonferenz, mit Studien oder Mustern.

### Und die Pharmareferenten?

Sie jonglieren mit Daten, Marketingmaterial, Compliance, Einwilligungen und Applikationen. Zum Beispiel mit den vielen Tools, die Pharmareferenten einsetzen müssen, um Präsentationen zu zeigen, CRM-Daten zu bearbeiten, eDetailing zu managen oder Videokonferenzen zu halten. Das ist in dieser Form weder effizient noch sinnvoll und für einige auch überaus herausfordernd.

Als Spezialisten für Pharma-CRM haben wir jahrelang die sich wandelnden Arbeitsprozesse der Pharmareferenten analysiert und sind überzeugt: Die heutigen Multichannel Aktivitäten sind nur ein Zwischenschritt zum digitalen Kontakt der Zukunft – der Remote Kommunikation mit echter inhaltlicher Interaktion. Deshalb haben wir eine weitere Lösung entwickelt, die den Bedürfnissen von Ärzten und Pharmareferenten wirklich gerecht wird. Nicht weniger als die digitale Zukunft der Pharmakommunikation haben wir uns mit dem yRoom auf die Fahnen geschrieben. Unser digitaler Be-

sprechungsraum, der in viele bestehende CRM-Systeme eingebunden werden kann, entlastet den Außendienst nicht nur, sondern unterstützt ihn sinnvoll im digitalen Umbruch. Pharma-Unternehmen stellen mit dem yRoom drei Erfolgsfaktoren der Pharma-Kommunikation sicher:

**1. Alle Informationen an einem Ort bündeln.** Pharmareferenten arbeiten tagtäglich mit einer Vielzahl von verschiedenen Daten, Informationen und Dokumenten, auf die sie bisher in verschiedenen Tools zugreifen. Das kostet Zeit und Nerven und ist außerdem fehleranfällig, wenn Mailvorlagen noch schnell verändert oder veraltete Präsentationen gezeigt werden. Deshalb bündelt der yRoom CRM-Daten und freigegebene Dokumente, aktuelle Marktanalysen und Informationsströme aus verknüpften Datenquellen an einem Ort, wo sie immer aktuell und schnell zur Hand sind.

**2. Alle Prozesse zentral steuern.** Einwilligungen einholen, Muster und Werbematerialien versenden, zu Veranstaltungen einladen oder Kundenservice veranlassen – der yRoom unterstützt alle wichtigen Prozesse von einer Oberfläche aus. Pharmareferenten steuern sie in Echtzeit und mit voller Transparenz, schon während des Arztgesprächs. Das ist nicht nur effizient, sondern schafft auch Vertrauen beim HCP.

### 3. Alle Vorgaben sicher einhalten.

Sicherheit und Compliance haben höchste Priorität und sind beim Screensharing nicht gewährleistet. Beim digitalen Arztgespräch im yRoom können Pharmareferenten nur freigegebene Medien zeigen und brauchen sich deshalb um Compliance keine Gedanken zu machen. Interaktiv können während des Gesprächs schriftliche Einwilligungen eingeholt und Einladungen versendet werden. Ein weiterer Vorteil: der Arzt kann das Gespräch aktiv mitgestalten und z.B. am Bildschirm selbst interessante Themen auswählen.

Denn gerade die Bedürfnisse der Ärzte hinsichtlich Kommunikation und Informationsbeschaffung zu berücksichtigen, wird immer wichtiger. In Zeiten von beschränktem Zugang zu Ärzten und einer digitaler werdenden Gesellschaft ist es für jedes Pharma-Unternehmen wichtig, ihre Marketingprozesse zu optimieren und mit zeitgemäßen Formen der Kommunikation am Markt aufzutreten. Aktuelle Studien zufolge sind übrigens weibliche Ärzte den digitalen Kanälen offener gegenüber als ihre männlichen Kollegen, und je jünger desto mobiler. Sehr wichtig ist den befragten Ärzten weiterhin der persönliche Kontakt – beides wird durch eine intelligente Videoconferencing-Lösung gefördert.



Foto: xxx

### Jörn Jackowski

ist Senior Product Manager bei der Münchner ysura GmbH, die auf innovative Softwarelösungen für die Pharmabranche spezialisiert ist. Mit mehr als 15 Jahren Erfahrung in der Branche und Stationen bei verschiedenen Pharmaunternehmen und CRM-Anbietern realisiert er bei ysura seine Visionen zum Arbeitsplatz der Zukunft – den Augmented Communication Workspace.

✉ joern.jackowski@ysura.com