



Aufbruch in die Realität! Medizinisch-Wissenschaftliche Abteilungen müssen kundenorientierter werden

Von IFABS

Erstellt am 17 Okt 2013 - 06:03

Wenn das Wissen von Pharma-Außendienstmitarbeitern an seine Grenzen stößt, haben sie eine Backup-Lösung: die Medizinisch-Wissenschaftliche Abteilung ihres Unternehmens. Hier sitzen die Präparate- und Indikations-Spezialisten, auf die die Pharma-Referenten als Ansprechpartner verweisen oder an die sie Anfragen der Ärzte direkt weiterleiten können. So einfach und logisch diese Arbeitsteilung ist, so wenig kundenorientiert ist sie: mehr als die Hälfte der Ärzte, die schon einmal eine Anfrage an diese Expertenabteilungen gestellt hat, ist mit dem Resultat unzufrieden. Das zeigt eine Sonderauswertung der Außendienst-Kompass-Exploration "Sales Talk Insights". Hauptkritikpunkte sind hierbei die Über-Länge der Wartezeit auf eine Antwort sowie die zu theoretisch aufbereiteten, zu wenig auf das pragmatische Handeln ausgerichteten Inhalte. Auch vielen Marketing-Managern und Pharma-Referenten sind diese Punkte ein "Dorn im Auge", denn sie behindern ihre Aktivitäten. Das Problem resultiert aus einer zu geringen Einbindung dieser Abteilungen in die Markt- und Kundenkommunikation der Unternehmen. Hinzu kommt eine Grundhaltung vieler Mitarbeiter, die sich an einem Funktionsbild als inhouse-orientierte, rein wissenschaftlich ausgerichtete Präparate-Betreuer orientiert, die Außenkommunikation beschränkt sich in vielen Fällen auf Meinungsbildner, Studienärzte und Behörden. Doch nur derjenige, der den ärztlichen Alltag kennt, kann kundengerechte Auskünfte liefern. Regelmäßige Vor-Ort-Anwesenheit muss deshalb eine Kernbestandteil jeder Med.-Wiss-Stellenbeschreibung sein.

<http://ifabsthill.wordpress.com/2013/10/17/aufbruch-in-die-realitat-medi...> [1]

Quelle:

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 05:03): <http://www.medkom24.eu/node/18336>

Links:

[1] <http://ifabsthill.wordpress.com/2013/10/17/aufbruch-in-die-realitat-medizinisch-wissenschaftliche-abteilungen-mussen-kundenorientierter-werden/>