



Foto: NJ - Fotolia

Web 2.0

PlanetApo – Mitmachportal für die Apotheke

Wie bringe ich Apotheker und Pharmahersteller online miteinander ins Gespräch und mache beide Gruppen zu Produzenten von hochwertigen Inhalten? Die Monheimer Agentur 30 doradus löst diese Aufgabe mit PlanetApo.



Autor: Jürgen Osterberg

Der Begriff Web 2.0 beinhaltet nicht nur die technische Weiterentwicklung des Internets, sondern umfasst insbesondere eine komplett veränderte Wahrnehmung des Nutzers von Onlineangeboten: Er wird zum Produzenten eigener, digitaler Inhalte. Sucht man nach Web 2.0-Anwendungen, die mit dem Fokus Pharma und Gesundheit gezielt Apotheken ansprechen, so scheint es zunächst, als gehe die oben genannte Entwicklung an den Apothekern und Pharmaunternehmen vorbei. Zwar existieren mittlerweile Redaktionssystem- und Datenbank-gesteuerte Anwendungen mit Portalcharakter, die den Apotheker im Fokus haben. Diese sind aber eher Nachrichtenportale mit nur geringen Möglichkeiten für den Apotheker, selber als Inhaltsproduzent aktiv zu werden.

Auf Xing beobachtet man neben gut vertretenen Pharmaunternehmen vereinzelt auch Apotheker; die Berufsgruppe als Ganzes ist allerdings erheblich unterrepräsentiert. So wundert es wenig, dass z.B. die Xing-Foren, die sich mit der Apotheke beschäftigen,

zumeist von Pharma-Dienstleistern ins Leben gerufen wurden.

Eine von uns im Herbst durchgeführte Ad-hoc-Umfrage bei Apothekern zeigt, dass für die geringe Akzeptanz von Apothekern für Web 2.0 Business-Sites drei Faktoren verantwortlich sind:

1. Dies ist zunächst der eher allgemeine Ansatz dieser Portale mit fehlender Fokussierung auf Apotheker.
2. Zum anderen vermissen Apotheker Inhalte, die für ihr tägliches Geschäft unmittelbar relevant sind.
3. Ebenso sehen Apotheker über die Profildfunktion und die Diskussionsforen hinaus keine Anreize, die Plattform durch eigene Inhalte ‚anzureichern‘.

Fazit: Es fehlt an einer Plattform, inhaltlich befüllt und gesteuert durch die Apotheker selbst. Das wundert, denn die momentane Situation bietet Apothekern ausreichend Anlass, das Internet zur eigenen Profildarstellung zu nutzen, sich mit Kollegen zu vernetzen oder die eigenen Geschäftsabläufe mit intelligenten, einfach zu bedienenden Online-Werkzeugen zu optimieren.

Diese Lage war Startpunkt unserer Überlegungen. Uns war relativ schnell klar, dass der Apotheker nicht von heute auf morgen zum Blogger wird. Ebenso wenig wird er einen Sinn darin sehen, Fotos oder Filmschnipsel der eigenen Offizin auf Flickr bzw. Youtube einzustellen. ‚Im Wesentlichen durch die Inhalte definiert‘ heißt auch, dass man für Pharma- und Gesundheitsunternehmen ein attraktives Geschäftsmodell entwickelt, das diese nicht nur als schnöde Kunden und Lieferanten von Werbebannern betrachtet.

Folgende Bereiche sind für eine Plattform am relevantesten:

- Darstellung des eigenen persönlichen Profils sowie der Schwerpunkte und der Leistungsfähigkeit der eigenen Apotheke
- Austausch und Vernetzung mit Kollegen, mit dem Ziel der Netzwerkbildung
- (Online-)Schulungen pharmazeutischer Themen
- (Online-)Schulungen zum Thema ‚Verkaufen in der Apotheke‘

- betriebswirtschaftliche Planung des eigenen Geschäfts
- intelligentes Handling der Rabattvertrags-Problematik

Die Bereiche von PlanetApo

Um die oben genannten Aktionsbereiche optimal zu bedienen, haben wir eine Anwendung konzipiert, deren Vermarktung wir selbst betreiben werden: ‚PlanetApo – das Mitmachportal für die Apotheke‘. Alle dort angebotenen Bereiche, die wir nachfolgend kurz vorstellen, wachsen und leben mit den Inhalten, die von Mitgliedern und Nutzern erstellt werden.

MeinPlanetApo

Hier hinterlegt der Apotheker sein persönliches Profil. Neben den Kontaktdaten sind dies z.B. die Schwerpunkte seiner Ausbildung, seine beruflichen Interessen, Mitgliedschaften in Organisationen usw. Die Freigabe und Sichtbarkeit der eigenen Profildaten im Portal kann er filigran festlegen und andere Kollegen via direkte Anfrage zu eigenen Kontakten machen. Analog zu Plattformen wie z.B. Xing unterstützen solche Funktionen zunächst nur den allgemeinen Austausch, fördern mittelfristig aber die Bildung von Netzwerken und Kooperationen.

NoRetaxierung

Unter diesem Begriff verbirgt sich auf PlanetApo eine von uns entwickelte intelligente Suchfunktion (Google für Apotheker), die auf die Medikamentendaten der ABDA zugreift. Die Suche nach Präparaten, Krankenkassen und Herstellern stellt die aktuelle und vergangene Rabattvertragsituation in Sekundenschnelle dar. Ziel unserer Überlegungen hier war es, eine Suche zu implementieren, die leichtverständlich und einfach zu bedienen ist. Im Resultat findet die Suche im Bereich NoRetaxierung von PlanetApo nun in nur einem Suchfeld statt. Eine intelligente Indizierung und der Einsatz von Ajax-Webtechnologie ermöglichen einen smarten Zugriff auf die Daten: Direkt nach Eingabe wird automatisch erkannt, ob nach einer Krankenkasse, einem Präparat oder einem Hersteller gesucht wurde. Eine einmal durchgeführte Suche kann gespeichert werden. In einer



Apotheken und Industrie sind eingeladen, an der Betaphase der Site teilzunehmen

sogenannten Tag-Cloud sieht der Benutzer, welche Suchen am häufigsten ausgelöst werden. Pharma-Hersteller können mit sogenannten Smart-Links direkte Suchen zu ihren Rabattverträgen hinterlegen und haben darüber hinaus die Möglichkeit, im Umfeld der Suchergebnisse Microsites zu ihren Produkten zu positionieren.

Online-Betriebsvergleich für Apotheker

In diesem Bereich von PlanetApo plant und steuert der Apotheker sein Geschäft aus betriebswirtschaftlicher Sicht. In einem für die Apotheke angepassten Kontenplan kann er, verschlüsselt und sicher, die Geschäftsdaten vergangener Monate oder – im Planungsmodus, die Daten zukünftiger Monate eingeben. Danach führt der Apotheker sowohl einen Plan-Ist-Vergleich als auch Vergleiche mit Vorjahreszahlen durch. Zusätzlich sind für die Analyse ca. 50 apotheken-spezifische Kennzahlen verfügbar. Diese lassen sich als Reports ausdrucken oder exportieren. All dies geschieht zunächst auf der Basis der eigenen Apotheke. Gleichfalls kann

der Apotheker freiwillig seine Daten komplett anonymisiert einem Datenpool zur Verfügung stellen. Wenn er dies tut, kann er – im Rahmen eines Apotheker-Betriebsvergleichs – seine Ergebnisse mit den Mittelwerten von Gruppenmitgliedern oder Benchmarkteilnehmern vergleichen. Dies erfolgt, je nach Freigabe, auf Basis der Kennzahlen oder – sofern detaillierter gewünscht – bis hin zu einzelnen Unterkonten.

Weitere Funktionen

Neben Kern-Angeboten bietet PlanetApo die Möglichkeit, die Gestaltung der Verkaufsbereiche der Apotheke zu planen und Verkaufsaaktionen vorzubereiten. Pharmaunternehmen präsentierten ihm hierfür ihr Verkaufsmaterial (Deckenhänger, HV-Displays usw.), das er direkt auf PlanetApo bestellen kann. Stichwort Weiterbildung: PlanetApo bietet ein eigenes E-Learning-Modul, in das sich Online-Trainings zu pharmazeutischen Produkten, zum Thema Verkauf in der Apotheke oder anderen relevanten Themen einbinden lassen.

30 doradus media design gmbh

Die Internetagentur mit Sitz in Monheim und zehn festen Mitarbeitern entwickelt seit zehn Jahren digitale Lösungen für die Pharma- und Gesundheitsbranche. Hierzu gehören Informationssysteme für Apotheker, Ärzte und Patienten. Inhaber und Geschäftsführer der Agentur ist Jürgen Osterberg, die aktuell u.a. für Orion Pharma, BAH, Tegal Werke und Pierre Fabre arbeitet (www.30doradus.de).