



Telefonmarketing

Motor für Umsatz und Kundenservice

Die intertel dialog-service-gmbh unterstützt Unternehmen der Pharma- und Healthcarebranche beim Heben von Umsatzpotenzialen sowie bei der Betreuung und Weiterentwicklung bestehender Kundenbeziehungen. Der Nürnberger Dienstleister verdeutlicht sein Know-how an Beispielen von 3M ESPE, Weleda und Klosterfrau.

Autor: Matthias Dietrich, intertel

Mit 27 Jahren Erfahrung im Telefonmarketing betreut die intertel dialog-service-gmbh deutschlandweit Apotheken, Ärzte und Endverbraucher am Telefon mit dem Ziel, das Umsatzpotenzial derer auszuschöpfen und dem Beratungsbedarf nachzukommen. Folgende Praxisbeispiele sollen die verschiedenen Möglichkeiten des telefonischen Kundenbeziehungsmanagements aufzeigen.

Verkauf von Praxisbedarf in Zahnarztpraxen

3M ESPE in Seefeld, ein Anbieter von Dentalbedarf wie Füllungen, und intertel dialog-service begannen ihre Zusammenarbeit vor circa zehn Jahren. Ziel war es herauszufinden, ob

Zahnärzte ihren Praxisbedarf über das Telefon bestellen. Die Auslieferung erfolgt dann über das zuständige und vom Zahnarzt gewünschte Depot. Nach anfänglichen Tests (3 Testaktionen á ca. 2.000 bis 4.000 Adressen) zeigte sich sehr schnell, dass dies ein äußerst erfolgreicher Weg ist, um Produkte zu verkaufen, den Außendienst zu entlasten und im Markt präsent zu sein. Die Zusammenarbeit wurde ausgedehnt und auf jährliche Ziele und Budgets umgestellt.

Es stellte sich heraus, dass bei richtiger Anwendung des Telemarketings eine Beziehung zum Zahnarzt besteht bzw. zur Bestellhelferin aufgebaut werden kann. Durch einen kontinuierlichen Ausbau der Produktpalette wurden nicht nur die bereits eingeführten Produkte in die Praxen ver-

kauft, sondern Neuentwicklungen bei B- und C-Kunden vorgestellt. So war gewährleistet, dass neue Produkte schnell auf den Markt kamen, ohne den Außendienst aufstocken zu müssen. Durch die verstärkten Vertriebsbemühungen von Innen- und Außendienst erreichten 3M ESPE und intertel als Team eine deutlich bessere Marktdurchdringung. Im Laufe der Jahre kristallisierte sich heraus, dass 3M ESPE eine eigene verkaufsaktive Innendienstmannschaft für bestimmte Kunden aufbauen möchte. Auch hier unterstützte intertel durch die Tochterfirma fünfgelt marketing services, die von der Organisation, Ablaufplanung und technischen Beratung bis zum Training der Mitarbeiter in der Startphase dem Kunden 3M ESPE zur Seite stand.

Inzwischen hat sich das 3M ESPE-Innendienstteam etabliert und wird kontinuierlich aufgebaut. fünfgelt marketing services unterstützt neue und erfahrene Mitglieder durch Coachingmaßnahmen. An diesem Beispiel sieht man sehr deutlich, wie wichtig es ist, Telefonmarketing den Anforderungen bezüglich Out- oder Inscouring anzupassen.

Verkauf von Weleda-Produkten an Apotheken

Ein weiteres Beispiel für den Erfolg von Telefonmarketing ist der telefonische Verkauf von Weleda-Produkten an Apotheken. Eine erste Testaktion im Jahr 2008 sollte Aufschluss über die Umsetzbarkeit von telefonischen Verkaufsaktionen für eine Auswahl von Weleda-Produkten in der Apotheke bringen. Die Ergebnisse der ersten Verkaufsaktion waren sehr positiv. Ausgehend von diesen ersten Erfahrungen wurde die Zusammenarbeit erheblich ausgeweitet. Sowohl von der Anzahl der zu betreuenden Apotheken, als auch von der Anzahl der Produkte.

„In der Zusammenarbeit mit intertel schätze ich die Professionalität, Flexibilität und Zuverlässigkeit aller Beteiligten. Auch bei kleinerem Adressvolumen spürt man, dass das Team mit dem Herzen bei der Sache ist. Das spiegelt sich auch in den hervorragenden Ergebnissen wider. Mit einem festen Agenten-Team konnten wir unsere Zusammenarbeit mit intertel über die letzten Jahre kontinuierlich ausbauen“, so Christian Düring, Leitung Servicecenter der Weleda AG, Schwäbisch Gmünd. Inzwischen besteht eine feste Vertriebspartnerschaft zwischen dem Kosmetika- und Heilmittelhersteller und intertel.

Vollumfänglicher Kundenservice

Neben dem Verkauf von pharmazeutischen Produkten zur Umsatzsteigerung spielt der Servicegedanke eine wichtige Rolle in der Kundenbeziehung. Pharmaunternehmen müssen den Informationsanforderungen ihrer Kunden und Verbraucher nachkom-



Optimaler Kundenservice dank individueller Serviceräume und spezialisierter Serviceteams

men und diese zielgruppengerecht betreuen.

Für die Klosterfrau Healthcare Group baute intertel dazu einen vollumfänglichen Kundenservice auf. Am Telefon werden alle Anfragen von Ärzten, Apotheken, Heilpraktikern und Endverbrauchern zu 90 Prozent fallabschließend beantwortet. Aber auch Anfragen per E-Mail oder Fax werden direkt vom Serviceteam bearbeitet.

Da es sich bei der Beratung um das volle Produktprogramm des Unternehmens handelt, bestand beim Aufbau des Projektes die größte Herausforderung darin, einen Weg zu finden, die einzelnen Produkt- und Fachinformationen für die Kundenberater in einfacher und übersichtlicher Form bereitzustellen. Die Lösung wurde in einer Wissensdatenbank gefunden, die einen zielsicheren und schnellen Zugriff auf die gesuchten Daten herstellt. Die Wissensdatenbank integriert alle erforderlichen Informationen und unterstützt das Team in der Beantwortung der verschiedenen Anfragen.

Die Spannweite der Beratung geht dabei von produktbezogenen und allgemeinen Anfragen zum Unternehmen über Informationsanforderungen bis hin zur Bestellannahme und Erfassung von Ärztemusteranforderungen. Wenn es allerdings um medizinische Fragen zu dem Produkt oder der Anwendung des Produktes geht, wird der Kunde in die wissenschaftliche Abteilung von Klosterfrau weitergeleitet. Durch diese Trennung entlastet das Serviceteam die wissenschaftlichen Abteilungen und gibt nur die Fragen an die Wissenschaft weiter, die medizinische Kenntnisse erfordern.

Bevor allerdings ein solches Serviceteam aufgebaut wird, muss eine umfangreiche Vorleistung getroffen werden. Eine detaillierte Schnittstellenbeschreibung mit verknüpftem Weiterleitungskonzept sowie ein Notfallkonzept muss unternehmensweit ausgearbeitet und eingeführt werden, um einen reibungslosen Kundenservice zu gewährleisten.

intertel

Die intertel dialog-service-gmbh, Nürnberg, ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit ca. 310 Mitarbeitern und im Telefonmarketing (B2B und B2C) für Unternehmen quer durch die Wirtschaft tätig. Mit seiner Division Pharma + Medical stellt sich intertel auf die Bedürfnisse der Pharma- und Medizintechnikbranche ein und unterstützt diese mit zehnjähriger Erfahrung, u.a. im Telefonverkauf von pharmazeutischen Produkten in Praxen, Apotheken und im Massmarket sowie dem Inbound-Kundenservice. Matthias Dietrich ist Geschäftsführer von intertel. Kontakt: dietrich@intertel-gmbh.de

