

# VIRA

## HEALTHCARE INDEX FOR VISIBILITY, INTERACTION, RELEVANCE AND AWARENESS

Dezember 2012

**COMPETITIVE EDUCATION.** Ein Beispiel wie Social Media aussehen kann, zeigt ein neues Projekt von WorldOne Interactive aus den USA. Das originelle Social Health Game 'DocTango' richtet sich an Ärzte und verbindet Produktinfos und fachliches Hintergrundwissen mit dem Spaßfaktor eines Online-Spiels. Dabei soll der Arzt statistische Aussagen zu einer Indikation treffen; beispielsweise wie häufig eine Nebenwirkung auftritt. Je näher der Arzt an dem Durchschnittswert aller teilnehmenden Kollegen liegt, desto mehr Scoringpunkte erhält er für seine Einschätzung und desto höher klettert er im Ranking. Das Spiel macht es sich zu Nutze, dass sich laut WorldOne 82 Prozent aller Ärzte mit den Kollegen in Wissensfragen messen wollen.

Für Pharmaunternehmen ist 'DocTango' interessant, da sie Frageblöcke im Zusammenhang mit ihren Produkten in das Spiel integrieren können. So läuft beispielsweise aktuell eine 'Allergie-Challenge', in der Fragen rund um allergische Rhinitis gestellt werden. Der Anlass ist die Markteinführung eines Nasensprays in den USA. Der Vorteil für die ausschreibende Produktmarke: Die Ärzte werden im Rahmen von Competitive Education für die Indikation sensibilisiert und auf das Produkt aufmerksam gemacht. Gleichzeitig






► **TOP 20** OVERALL

BRAND	UNTERNEHMEN	KATEGORIE	SCORE	TENDENZ
1. Roche	-	Corporate	178,34	⊖
2. Novartis	-	Corporate	153,60	⊖
3. Voltaren	Novartis	OTC	137,62	⊖
4. Johnson & Johnson	-	Corporate	137,54	⊖
5. Klinikum Ingolstadt	-	Klinik	125,65	↻
6. Pfizer	-	Corporate	115,67	↻
7. Merck	-	Corporate	110,41	↘
8. Ratiopharm	-	Corporate	97,69	⊖
9. Almased	Almased Wellness	OTC	97,67	↻
10. Dolormin	Johnson & Johnson	OTC	97,58	↘
11. Boehringer Ingelheim	-	Corporate	89,71	⊖
12. Sanofi	-	Corporate	86,85	↻
13. GE Healthcare	-	Corporate	84,74	↻
14. Asklepios Klinik	-	Klinik	84,30	↘
15. Ritalin	Novartis	Rx	79,08	↻
16. GlaxoSmithKline	-	Corporate	76,12	↻
17. Rhön Klinikum	-	Klinik	75,25	⊖
18. Charité Berlin	-	Klinik	73,92	↘
19. ALTA Klinik	-	Klinik	68,98	⊖
20. Lyrica	Pfizer	Rx	62,47	⊖

fließt eine riesige Datenmenge an Statistiken und Fachmeinungen aus den Praxen an das Unternehmen zurück. In den ersten sechs Wochen

wurden bereits 16.000 Einschätzungen von Ärzten erfasst. 35 Prozent aller eingeladenen Mediziner nahmen an dem Spiel teil. ■

► **TOP 5** MEDIZINTECHNIK

1	 GE HEALTHCARE GE Healthcare	84,74
2	 B.BRAUN MELSUNGEN B. Braun	59,82
3	 MEDTRONIC Medtronic	54,76
4	 MEDELA Medela	51,40
5	 DRÄGER Dräger	45,44

**SOCIAL MEDIA RECRUITING.**

Gerade für mittelständische Medizintechnik-Unternehmen im deutschsprachigen Raum stellt sich die Personalsuche als äußerst schwierig dar. Die Anforderungen an die künftigen Mitarbeiter sind extrem hoch. Jedoch verlieren die Mittelständler im Wettstreit um die besten Köpfe meist gegen die großen Konzerne, die einfach dank ihres attraktiveren Images und ihrer höheren Bekanntheit mehr Interesse auf sich ziehen. Mithilfe des Personalrecruitments über Social Media Kanäle können die Mittelständler diese asymmetrische Konstellation zu ihren Gunsten verschieben. Xing, LinkedIn und Arbeitgeberbewertungsportale wie Kununu sind hier die drei wichtigsten Kommunikationskanäle. Med-

tronic nutzt diese Möglichkeiten bereits umfassend. Unter dem Slogan „Werde ein Medtronaut“ betreibt das Unternehmen eine Facebook-Fanpage, die gezielt Bewerber anspricht. Posts zu Arbeitgeber-Awards, Aktionen oder auch Gesundheitswochen in der Kantine unterstreichen das positive Image als Arbeitgeber. Wichtiger aber noch ist der Auftritt auf Kununu. Denn die Plattform ist inzwischen zu einer der ersten Anlaufstationen für die Stellensuchenden geworden. Medtronic lädt seine Mitarbeiter aktiv dazu ein, hier eine Bewertung abzugeben. Inzwischen sind 216 Erfahrungsberichte zusammengekommen, die Medtronic das Siegel „Top Company“ eingebracht haben. Ein Wert, der Bewerber überzeugt. ■

Der VIRA-Index wird monatlich von Razorfish Healthcare (ehemals Publicis Healthcare International) für die Healthcare-Branche ermittelt. Er setzt sich zusammen aus Aktivitäten in den wichtigsten Social Media Kanälen, Diskussionsforen, Medizinportalen sowie dem Web allgemein. Nähere Informationen zum Index unter [www.razorfish-healthcare.de](http://www.razorfish-healthcare.de).



razorfish | healthcare