



© jackfrog - Fotolia.com

28 Arztansprache dirigieren

Ein Patentrezept für die richtige Arztansprache gibt es nicht. Die Technikaffinität und Vorlieben sind je nach Facharztgruppe unterschiedlich. Pharmaunternehmen sollten daher die persönlichen Bedürfnisse und Wünsche des Arztes ernst nehmen und besser berücksichtigen. Dazu gehört ebenfalls die Frage, was ein iPad im Außendienstgespräch wirklich nutzt. Dies erörtern die Methodik-Spezialisten Harald Hütl und Cornelia Tagariello (Seite 38).

TITELTHEMA

28 Die multimediale Arztansprache

Für den Pharma-Außendienst gilt, die richtigen Kanäle zu orchestrieren

NEWS

- 7 Agenturen in Kürze
- 8 Nachwuchstalente stellen ihren Job vor
- 10 Spot des Monats: Sat1. Gold
- 11 Jahrbuch HCM 2014 ist erschienen

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 14 WoGe will junge Ärzte gewinnen
Das Wormser Gesundheitsnetz bindet frühzeitig Mediziner an die Region und sichert Versorgung
- 17 Sollten medizinische Fachgesellschaften stärker beim G-BA vertreten sein?
Die Streitfrage des Monats beantworteten Mathias Freund (DGHO) und Josef Hecken (G-BA)

18 Im Zweifel für die Spritze

Experten diskutieren die Risiken von Impfskepsis und wie die Industrie Abhilfe schaffen kann

22 Ein Pionier wird erwachsen

Wie sich die Biomarke Allos gegen den wachsenden Wettbewerb im Naturkostmarkt behauptet

25 Schober investiert in Healthcare

Schober Ventures kauft den Nahrungsergänzungsmittel-Anbieter Whitewall und hat Agenturbedarf

26 Medizinstudium 2.0

Micro-Trends: Technische Neuerungen helfen bei der Wissensvermittlung

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

28 Arztansprache mit richtigen Kanälen dirigieren

Beim Außendienstgespräch bevorzugen nicht alle Ärzte digitale Kanäle

33 Medical Education: Vorteile von Präsenz und Online vereinen

Online-Fortbildungen schöpfen immer noch nicht die vollen Potenziale des Web 2.0 aus



Quelle: Novartis Vaccines



© Pixel-Fotolia.com

18 Im Zweifel für die Spritze

Impfskepsis kann zu regional kleinen Masernepidemien führen. Laut Experten fühlen sich Menschen aufgrund guter medizinischer Versorgung zu sicher.

54 OTC-Werbung besser steuern

Das Planungstool TdW t.o.m. Pharma macht die Zielgruppe der Käufer planbar. Das Media-Instrument zeigt auch, welche OTC-Produkte warum gekauft werden.

38 Was das iPad im Außendienstgespräch wirklich bringt

Das Pharmamarketing wird multimedial, von Harald Hütl und Cornelia Tagariello, beide Medothic

40 Neue Aufgaben für Nurses 2.0

Krankenschwestern beeinflussen das Patienten-coaching positiv, Thomas-Marco Steinle, +49med

42 „Power to the People“

Die Agentur Selinka Schmitz baut Führungsspitze aus und gewinnt Neukunden wie Klosterfrau

46 Waidmannsheil in Röckersbühl

Die Agentur Die Jäger von Röckersbühl ist auf Vertriebsmarketing und Apotheken spezialisiert

48 Krankheit braucht Kitsch

Kathrin Paulsen und Steffen Maurer, Brawand-Rieken, über heilende Aspekte in der Werbung

MEDIEN+INTERNET

50 Qualität als Mittel gegen Digital

Experten bewerten die Zukunft der Programmies, Lioran-Kampagne belegt Werbewirkung

54 Bessere Planbarkeit von Zielgruppen

Umfassende Daten zum OTC-Markt liefert der Studiensatellit b4p 2013 t.o.m. pharma

57 VIRA-Index: Campus Sanofi

Sanofi bietet Ärzten eine E-Learning-Plattform zum Thema Social Media an

58 BGH liberalisiert AdWords-Anzeigen

OTC-AdWords-Anzeigen müssen eine Verlinkung enthalten, Dr. Greifeneder, Field Fisher Waterhouse

■ Porträt

60 „Ich bin der Herr Apotheker“

Der ehemalige GSK-Mann Dr. Stefan Noé steckt viel Marketing-Expertise in seine eigene Apotheke

■ RUBRIKEN

03 Editorial

62 Termine

63 Vorschau/Impressum