



© Mopic - Fotolia.com

## 10 Nachholbedarf im Außendienst-Controlling

Die Digitalisierung im Pharmavertrieb eröffnet Herstellern viele Möglichkeiten. Durch den Einsatz elektronischer Medien kann beispielsweise überprüft werden, wie die Botschaften des Außendienstes beim Arzt ankommen. In der Praxis werden digitale Auswertungstools jedoch bislang nur selten genutzt. Das Marktforschungsunternehmen GIM, das Ärzte-Netzwerk esanum und die Agentur ayeQ-benu erläutern die Chancen und Herausforderungen im Außendienst-Controlling.

### TITELTHEMA

#### 10 Nachholbedarf im Außendienst-Controlling

Die Chancen digitaler Vertriebsmedien werden noch selten für Controlling-Zwecke angewandt

### NEWS

#### 6 Ipsos relaucht Healthcare-Forschung

#### 8 Publicis Pixelpark formt neue Einheit

#### 9 TK ordnet Agenturbeziehungen neu

### MÄRKTE

#### 10 Nachholbedarf im Außendienst-Controlling

Digitale Medien bietet Herstellern neue Chancen, ihren Pharmavertrieb zu optimieren

#### 14 Wird der Online-Dialog im Pharma-Außendienst künftig dominieren?

Die Streitfrage des Monats beantworten Thomas-Marco Steinle, + 49 med, und Klaus-Dieter Thill, IFABS

#### 15 Apotheke als Gesundheitslotse

Apotheker sollten sich mehr in die Patientenberatung einbringen, meint Jörg Martin von Pfizer

#### 18 Arzt im Wirtschaftsleben

Alnatura-Gründer Prof. Dr. Götz Rehn stellt im Interview seine Firmenphilosophie vor

#### 21 Nachhaltigkeit in der Pharmaindustrie

Mit dem Verkaufsargument Nachhaltigkeit können Hersteller und Apotheken ihren Absatz fördern, von Prof. Erika Graf und Sabrina Arp, Frankfurt University of Applied Sciences

#### 24 Wie Mediziner die Compliance beeinflussen

Studien zeigen den Einfluss behandelnder Ärzte auf die Therapietreue von Brustkrebspatientinnen, von IMS Health

#### 26 Micro-Trends: Patienten-Compliance steigern

Apps können die Arzt-Patienten-Kommunikation vereinfachen und damit die Adhärenz verbessern

### KOMMUNIKATION

#### 28 Der Ruf nach den Patientenverstehern

Ipsos hat eine Methodeninitiative gestartet, um Pharmafirmen im Dialogmarketing zu unterstützen



**20** Arzt im Wirtschaftleben

Prof. Dr. Götz Rehn gründete vor 30 Jahren die Biomarke Alnatura und baute das Konzept z.B. mit eigener Handelskette aus.

**50** Krankenkasse verinnerlicht

Kassenvize Jürgen Rothmaier von der Barmer GEK lenkt in den schwierigen Zeiten der Reorganisation die Mitarbeiter mit viel Empathie.

**30** Mehr als nur eine nette Geste

Referenzen haben einen Vorteil: Jeder will sie haben, behauptet Harry Weiland, casestudies.biz

**32** Eine Mission für Super-PTAs

Best Practice: Die Jäger entwickelten im Auftrag von Klosterfrau Online-Schulungen für PTAs

**34** Mensch oder Marke – für wen arbeiten Agenturen eigentlich?

Ursula Schmitz, Selinka/Schmitz, im GWA-Beitrag über das Selbstverständnis von Agenturen

**MEDIEN**

**36** Online-Fortbildungen mit Eigendynamik

Neben Fachverlagen bieten inzwischen auch Ärzte-Communitys wie coliquio E-Fortbildungen an

**40** Apps als Vertriebsinstrument

In der Medizintechnik können Apps im Verkaufsgespräch ein Wettbewerbsvorteil sein, ein Beitrag von Thomas Rieger, Geschäftsführer von Cluetec

**42** Unterhaltende Apotheken-Online-Schulung

Eine neue Lernplattform will Apotheker und PTAs unterstützen, Markenstorys zu verinnerlichen, von Dr. Andreas Bachmann, WEFRA

**44** TV-Zeitschriften sind starke Marken

Zählt in der Vermarktung nur noch Größe?, fragt ‚Healthcare Marketing‘ Daniela Sakowski von der Funke Mediengruppe

**KARRIERE**

**48** Burda verliert Pharma-Experten Elmar Tentesch

**50** Krankenkasse verinnerlicht

Jürgen Rothmaier zeichnet seit 2015 als Kassenvize bei der Barmer GEK

**52** „Zielstrebigkeit zeichnet mich aus“

Nachwuchstalent Janine Lachmuth, Junior Produktmanagerin bei Orthomol, stellt sich vor

**RUBRIKEN**

**03** Editorial

**54** Termine

**55** Vorschau/Impressum