

Zielgruppe Apotheke: Vom Targeting zu einem ganzheitlichen Marktkonzept

Michael Hensoldt

INSIGHT Health

Bastian Germershaus

direkt + online

12. INSIGHT Health-Kumentagung
am 08./09.06.2011 in Bad Homburg

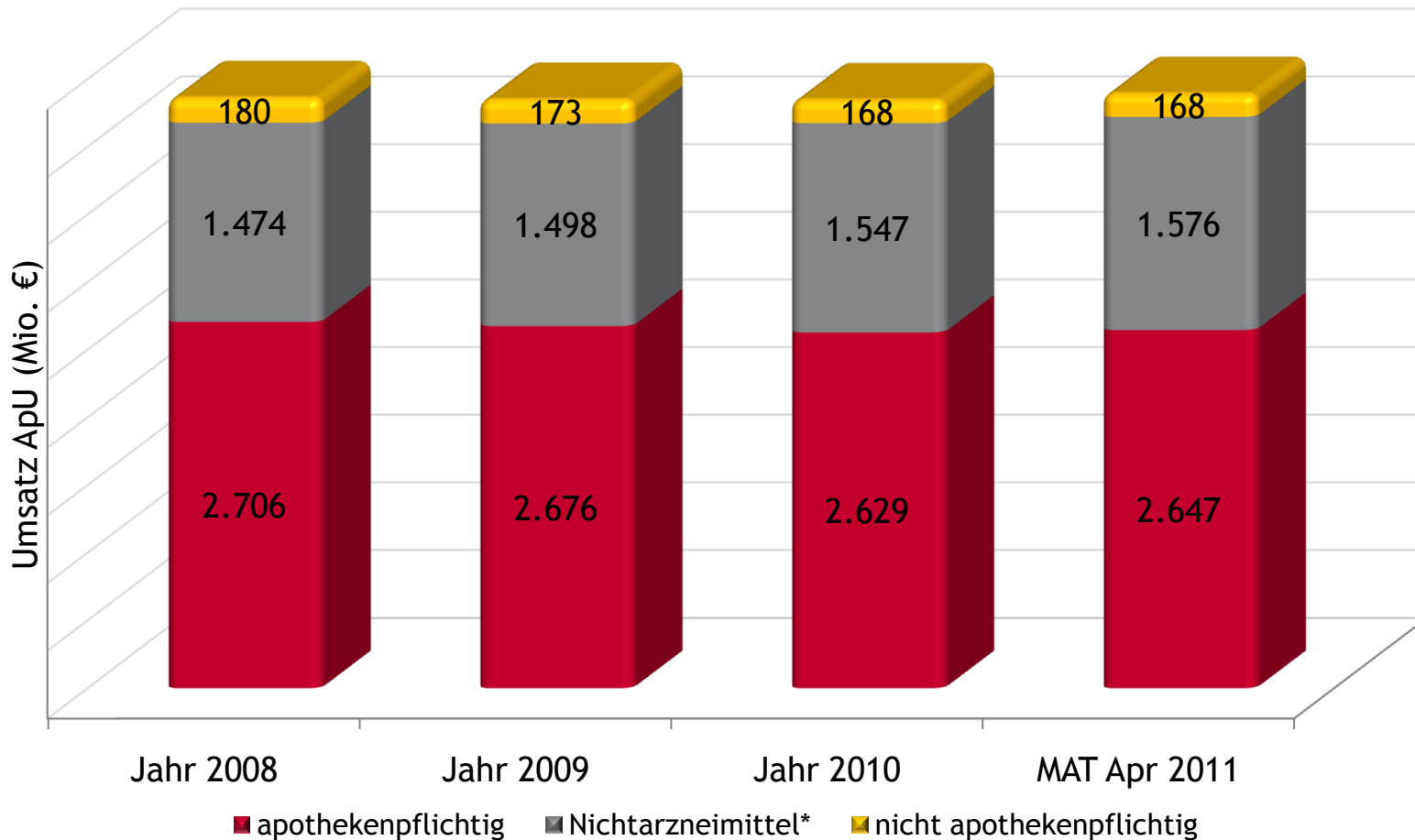


Agenda

- 1. Überblick Apothekenmarkt**
- 2. Datenbasiertes Zielgruppenmanagement**
- 3. Kurzvorstellung direkt + online**
- 4. Typologisierung zur effizienten Kundeninformation**
- 5. Telescan als Kommunikationsinstrument**
- 6. Zusammenfassung und Fazit**
- 7. Diskussion**



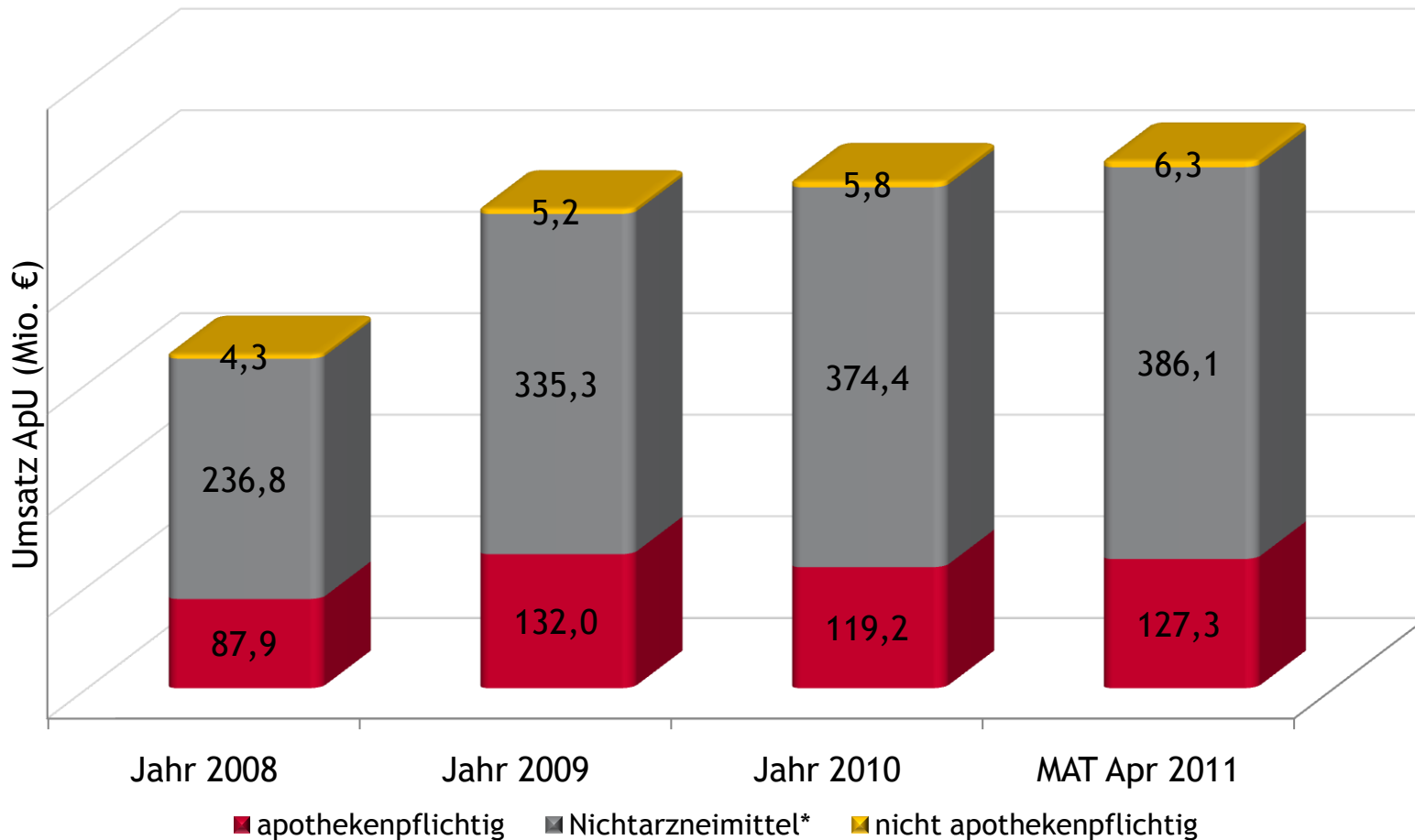
OTC-Marktentwicklung öffentliche Apotheken



Quelle: Apothekenabverkauf National OTC; *excl. Diagnostika



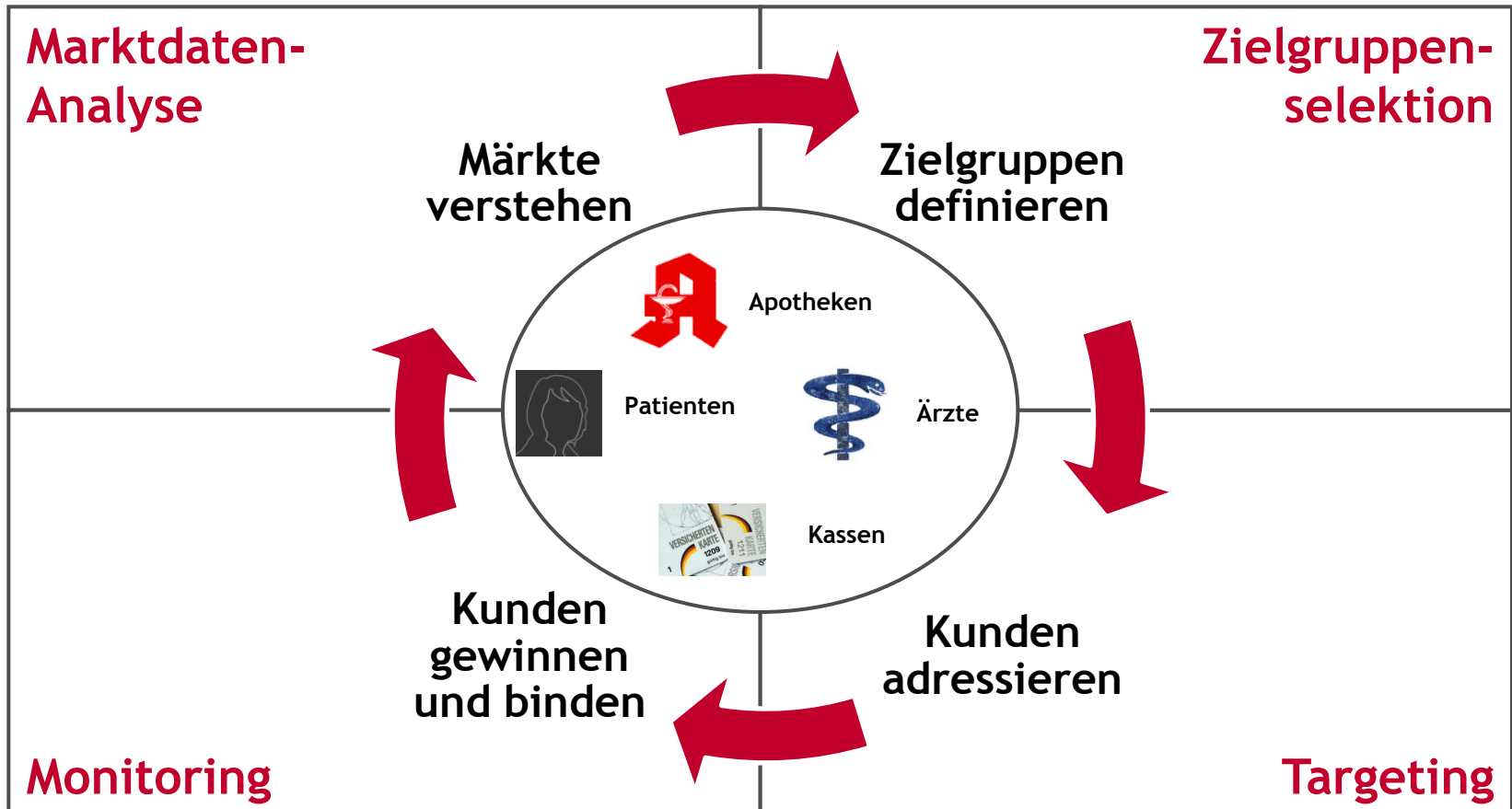
OTC-Marktentwicklung im Versandhandel



Quelle: Versandhandelsbericht Nielsen / INSIGHT Health; *excl. Diagnostika



Datenbasiertes Zielgruppenmanagement



Zielgruppe Apotheke

Typische Fragestellungen an das Apotheken-Targeting:

- Welche Güte hat die aktuelle Apotheken-Selektion?
- Adressieren wir derzeit die richtigen Apotheken? Wo werden Potenziale verschenkt?
- Welches sind die Hochpotenzial-Apotheken in unserem spezifischen Marktumfeld?
- Wie können Vertriebsaktivitäten in der Apotheke datenbasiert geplant und bewertet werden?



Übersicht Services Zielgruppe Apotheke

(1) Selektionsüberprüfung

- Bewertung der derzeitigen Selektion
- Aufzeigen von Effizienzreserven (z.B. bisher noch nicht besuchte Hochpotenzial-Apotheken)
- Weitere Vorfeldanalysen wie z.B. Konzentrationskurven möglich

(2) Targeting

- Datenbasiertes Targeting mit individueller Marktdefinition für alle ~ 21.500 öffentlichen Apotheken und Adaption auf bestehende AD-Struktur
- Keine statistischen Bewertungsmodelle
- Ideale Basis für kurzfristige Umsetzung durch den Außendienst bzw. über weitere Vertriebskanäle



Selektionsüberprüfung

Beispielhafte Ergebnisdarstellung

Nur knapp 60%
der als ‚A‘
eingestuften
Apotheken sind
auch tatsächlich
A-Apotheken

	Klassifikation A	Klassifikation B	Klassifikation C	Klassifikation D
Kundenzielgruppe A	59,8%	25,7%	8,5%	6,0%
Kundenzielgruppe B	20,7%	55,2%	13,8%	10,3%
Kundenzielgruppe C	8,3%	20,8%	52,1%	18,8%
Kundenzielgruppe D	7,1%	12,4%	33,1%	47,3%

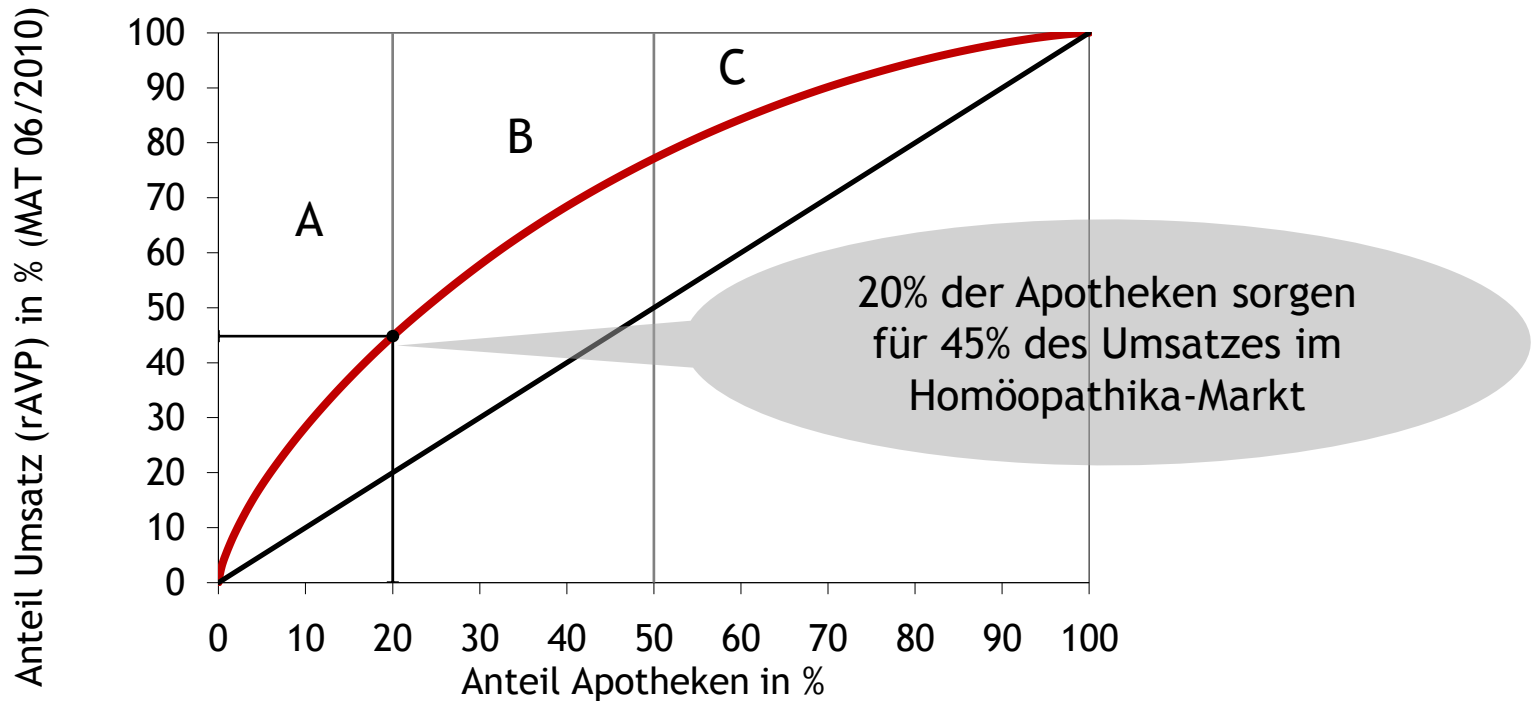
7,1% der als ‚D‘
eingestuften
Apotheken sind
tatsächlich A-
Apotheken

=> Effizienzsteigerung durch Targeting



Bsp.: Konzentrationsanalyse im Homöopathika-Markt

Homöopathika-Umsatz (rAVP)



Quelle: INSIGHT-Health-Pressemitteilung: „Homöopathische Arzneimittel bilden typischen OTC-Markt mit Apotheken-Schwerpunkten“ (27.07.2010)



direkt + online GmbH



direkt + online

Daten

- **Datenpool**
- HCP - Stammdaten
- Klinikdaten
- Apotheken
- Krankenkassen / KA

- Netzwerkdaten
- Merkmalsdaten
- Zielgruppenbildung
- Reaktionsinformation
- Market-Research

Kommunikation

- Direktmarketing
- Print / Laser
- Lettershop
- Rücklauferfassung

- **Medizinisches Dialogcenter**
- Personal nach § 75 AMG
- TeleScan
- Market Research

Integration

- **Integrationservice & Schnittstellen**
- Interfaces zu div. CRM
- Interfaces zu div. ERP
- Individuelle Konzepte

- Softwaresysteme
- CRM Systeme
- Bestell-Systeme
- Muster-Management
- ePermission-Management

Fullfillment

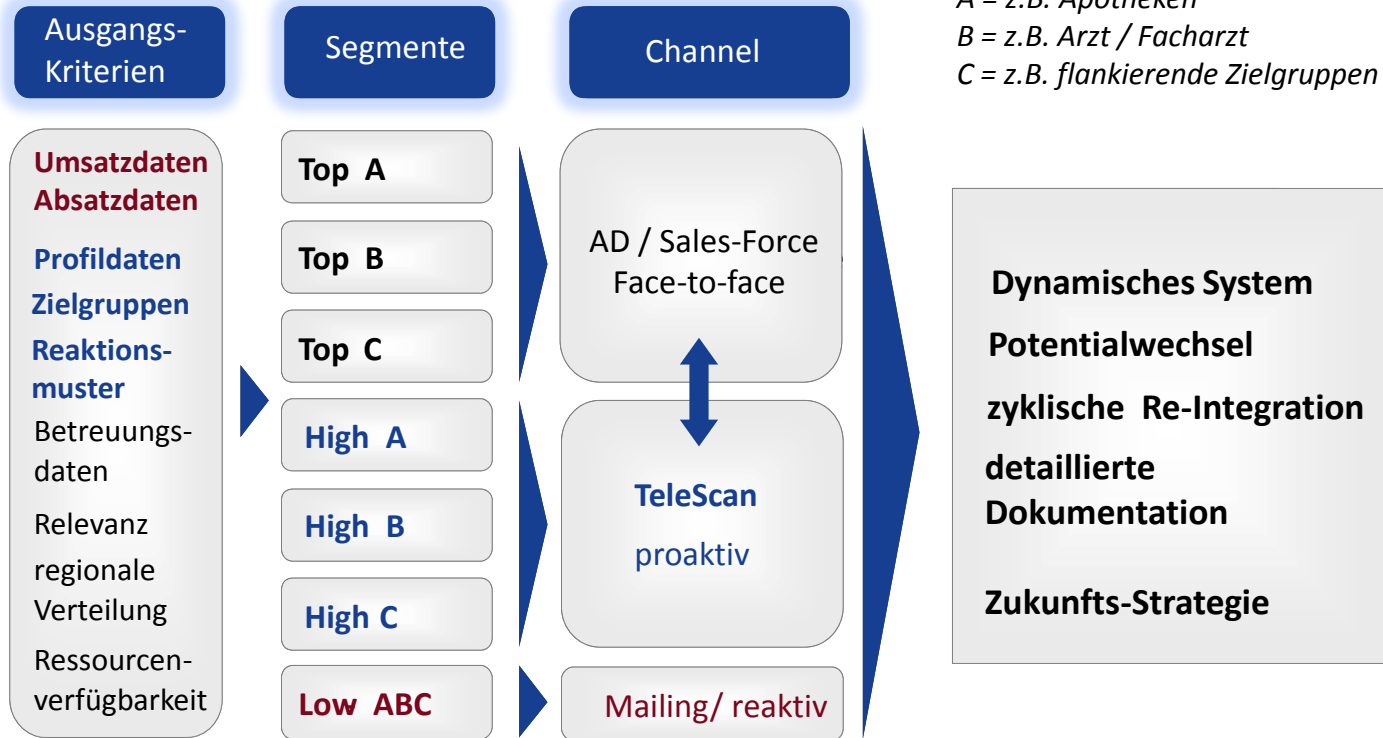
- **Logistikzentrum**
- 2.800 Palettenstellplätze
- 250.000 Sendungen/p.a.

- Individuelle Konfektionierung
- Musterversand nach § 47, Abs. 3, 4 AMG
- Herstellungserlaubnis nach § 13 AMG (Sekundär-Repackaging)

Pharma-Marketing aus einer Hand



Typologisierung und abgeleitete Aktivitäten



Abgeleitete Aktivitäten nach Channel

- **Außendienst**
 - Hoch-Potential / Stammkunden / Key Accounts
 - Intensive Betreuung durch den AD

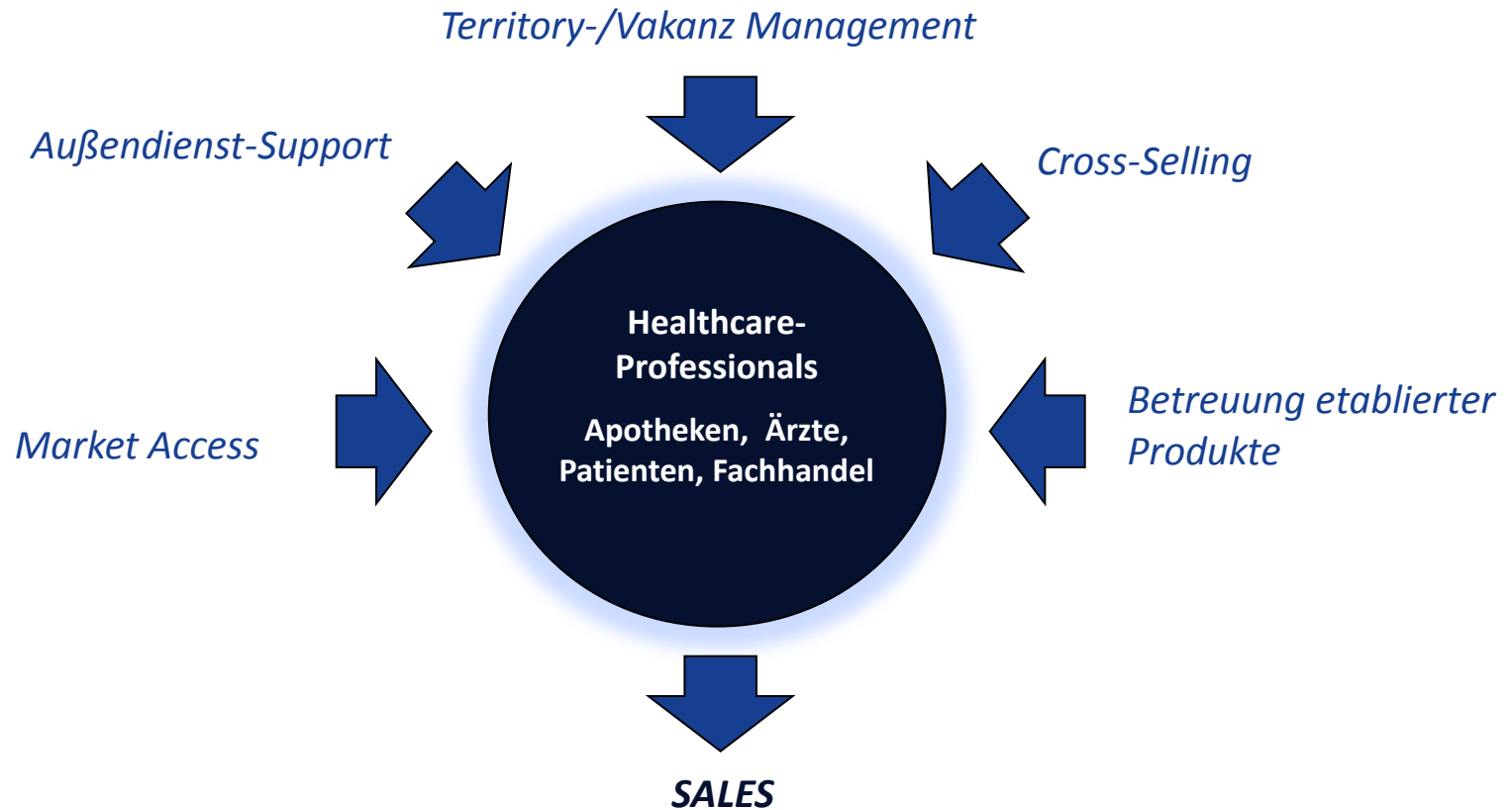
- **TeleScan - telefonische, integrierte Zielgruppenansprache**
 - Breite, rasche und kosteneffiziente Ansprache einer großen Zielgruppe
 - Identifikation hoher Potential und Weiterleitung an AD
 - Übernahme geringerer Potentiale vom AD

- **Klassische Direkt-Marketing Aktivitäten**

- **Begleitende und weiterführende Aktivitäten**
 - u.a. CME's, Online-Aktivitäten, Permission-Marketing etc.

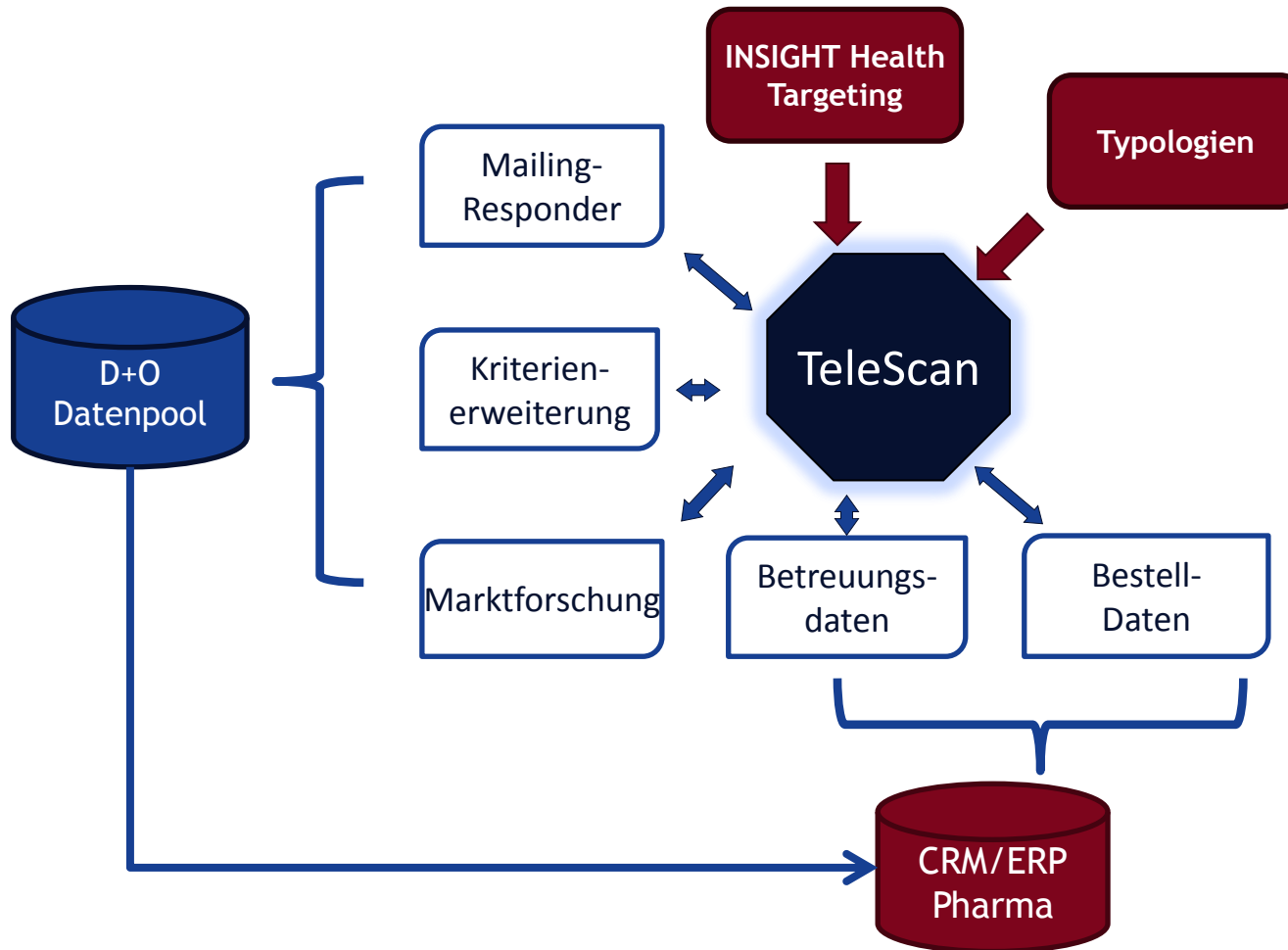


TeleScan - Einsatz-Szenarien

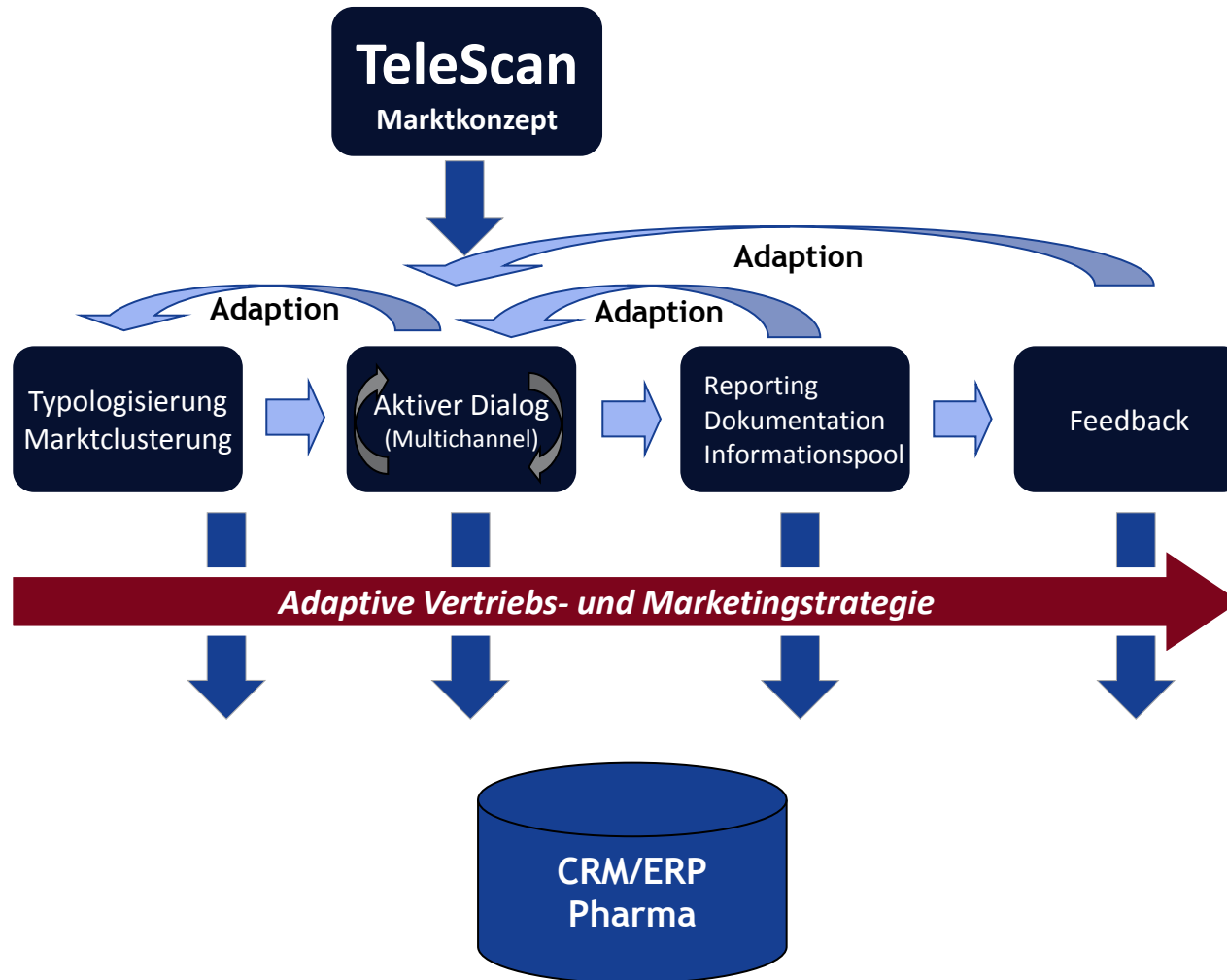


**TYPOLOGISIERUNG
und operatives TARGETING**

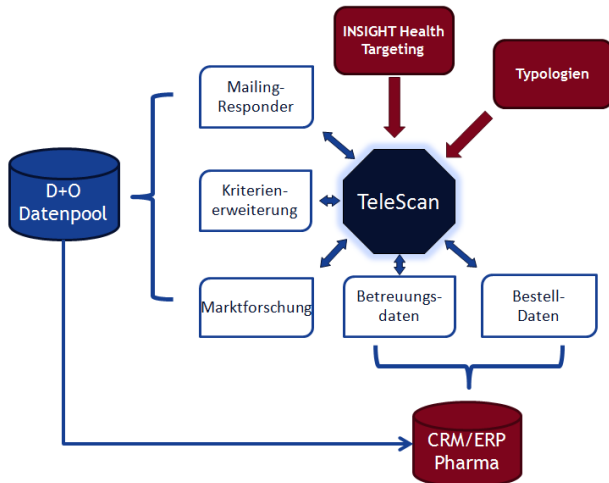
TeleScan ist keine Insellösung - Integration der Systemwelten



TeleScan - durch adaptives Vorgehen zur optimalen Strategie



Zusammenfassung



Ihre Ansprechpartner:

- **Michael Hensoldt**
 - Tel.: 06126/955-57
 - E-Mail: MHensoldt@insight-health.de
- **Bastian Germershaus**
direkt + online GmbH, München
 - Tel.: 089/420013-48
 - E-Mail: bger@direktundonline.de

www.insight-health.de

www.direktundonline.de

