

**INSIGHT Health-Umfrage:**

## **Auswirkungen der Pandemie auf Pharmamarketing und -vertrieb**

**Waldems-Esch, 23.02.2021.** Eine von dem Datenspezialist INSIGHT Health in Auftrag gegebene Umfrage mit Managern aus der pharmazeutischen Industrie hat die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Pharmamarketing und -vertrieb untersucht. Zentrale Erkenntnis ist, dass die Ansprache von Ärzten und Apotheken zielgerichteter, selektiver und digitaler wird.

Rund ein Drittel der Befragten schätzt, dass in der Pharmabranche Vertriebs- und Marketingaktivitäten in diesem Jahr zunehmen werden, 61 Prozent erwarten ein gleichbleibendes Niveau. Eine deutliche Mehrheit von 59 Prozent sehen vor allem qualitative Veränderungen für Vertrieb und Marketing als Folge der Pandemie kommen, unter den befragten Geschäftsführern sind es sogar 70 Prozent: Der Trend geht klar in Richtung einer (noch) zielgerichteteren Ansprache der Zielgruppen, kombiniert mit einer erhöhten Selektivität und einem verstärkten Einsatz digitaler Kommunikationswege. So wollen 64 Prozent der Befragten ihre Zielgruppen zukünftig auch nach der Nutzung digitaler Kanäle selektieren.

Die Entwicklung vom Multi-Channel-Marketing zum Omni-Channel-Marketing spiegelt sich auch in den folgenden Erkenntnissen aus der Umfrage wider: Nach Einschätzung der Befragten wird der Präsenzaußendienst sowohl bei der Zielgruppe der Ärzte als auch der Apotheken in diesem Jahr zwar wieder zunehmen, jedoch ohne die alte Stärke von Vor-Corona-Zeiten zu erreichen. Hingegen gewinnen im Außendienst seit Beginn der Pandemie klassische Medien wie Telefon und Fax als auch digitale Kommunikationsmittel wie E-Mails enorm an Bedeutung, wobei neue virtuelle Kanäle den stärksten positiven Trend aufweisen. Demnach haben 38 Prozent der Befragten während der Corona-Krise bis dahin ungenutzte digitale Kommunikationsmittel wie virtuelle Meetings, Online-Seminare, Videotelefonie sowie eDetailing verwendet.

„Die Umfrage zeigt deutlich, wie wichtig ein zielgerichteter Außendienst in der Pharmabranche ist. Deshalb bieten wir datenbasierte Lösungen zur Steuerung und Erfolgsmessung des Vertriebs an, sei es für den klassischen Vor-Ort-Vertrieb oder für den digitalen Arztkontakt“, so Christian Bensing, Geschäftsführer von INSIGHT Health.

An der Umfrage beteiligten sich 119 Teilnehmer aus der pharmazeutischen Industrie. Davon kommen 47 Prozent aus der Geschäftsführung, 30 Prozent aus dem Marketing und 23 Prozent aus dem Vertrieb. Die eine Hälfte der Befragten arbeitet in einem

global oder international agierenden Pharmaunternehmen, während die andere Hälfte dem Mittelstand angehört.

Bei Rückfragen oder Interviewwünschen wenden Sie sich bitte an:

Nadja Weber  
Unternehmenskommunikation INSIGHT Health  
+49 6126 955 434  
[NWeber@insight-health.de](mailto:NWeber@insight-health.de)

INSIGHT Health ist einer der führenden Informationsdienstleister im Gesundheitsmarkt mit Sitz in Waldems-Esch und Niederlassungen in Berlin und Wien. Das Unternehmen bietet aufgrund seiner umfassenden Branchenkenntnisse ein breites Portfolio datenbasierter Dienste zur Markt- und Versorgungsforschung an. Das Plus der INSIGHT Health GmbH & Co. KG liegt in der schnellen und transparenten Bereitstellung von Daten unter Beachtung der gesetzlichen Datenschutzvorschriften sowie in der Ausarbeitung individueller Lösungen für die pharmazeutische Industrie, Krankenversicherungen, Ärzteverbände, Apothekenvereinigungen, wissenschaftliche Institute, Behörden, Politik und andere Entscheider im Gesundheitsmarkt.

Weitere Informationen: [www.insight-health.de](http://www.insight-health.de).