GESPRÄCHSLABOR

DER PHARMA-STRATEGIE-WORKSHOP©

DAS ZIEL

Der Pharma-Strategie-Workshop© (Gesprächslabor, Foldertest) zielt darauf ab, Gesprächsleitfäden und Folder des Pharma-Außendienstes für die Besprechung eines oder mehrerer Präparate bei Ärzten aller Fachrichtungen in einer der Praxis- oder Klinikrealität weitgehend vergleichbaren Gesprächssituation zu entwickeln, zu testen und zu optimieren.

Gesprächseinstiege, rationale Argumente und Erklärungen zur Wirksamkeit und Verträglichkeit sowie zum Nutzen und zur Wirtschaftlichkeit eines Medikamentes werden auf ihre Bedürfnisangemessenheit, Problembezogenheit, terminologische Stimmigkeit, Praxisnähe und Effizienz überprüft. Es wird auch in Erfahrung gebracht, durch welche emotional relevanten Impulse die Aufmerksamkeit und die Erprobungs- oder Verordnungsbereitschaft der Ärzte erreicht bzw. verstärkt werden können. Folder oder andere Materialien zur Unterstützung der verbalen Informationen und Kernbotschaften werden auf ihre Akzeptanz getestet. Es kann auch erfasst werden, ob bestimmte Serviceleistungen oder begleitende Marketingmaßnahmen auf Resonanz stoßen und geeignet sind, die Beziehung zum Produkt und die Bindung an das Unternehmen aufzubauen oder zu intensivieren.
Über den Test einer Gesprächskonzeption hinaus vermittelt der Workshop einen konkreten Eindruck von den Motiven, Einstellungen, diagnostischen Vorgehensweisen, Therapie- bzw. Verordnungsgewohnheiten, Problemen und Informationsbedürfnissen von Ärzten in der für den Auftraggeber interessanten Indikation. Erfahrungsgemäß leistet der Workshop einen entscheidenden Beitrag zur Konsensfindung der an der Einführung oder an dem Relaunch eines Medikamentes beteiligten Firmenmitarbeiter über Zielsetzung und die strategischen Erfordernisse.

DIE METHODE

Ein Workshop erstreckt sich im Allgemeinen über 2 Tage. Für die Durchführung sind die Wochentage Freitag/Samstag gut geeignet; es kommt aber auch die Kombination Dienstag/Mittwoch in Frage. Eine Aufteilung des Workshops in zwei gesonderte Tage ist selbstverständlich auch möglich. Die Veranstaltung kann an beliebigen (größeren) Orten in Deutschland stattfinden.

Über beide Tage – in Abständen von ca. einer Stunde – werden 12 bis 14 Ärzte zu Einzelgesprächen eingeladen. Unmittelbar vor dem ersten Arztgespräch findet eine etwa zweistündige Vorbesprechung statt, in der die Fragestellungen, Zielsetzungen und das zu testende Konzept nochmals bestimmt und festgehalten werden.
Ein Pharmareferent führt mit dem einzelnen Arzt ein Gespräch über das Präparat oder die Präparatepalette, was per Video (digital) aus dem Nebenraum übertragen und durch das Workshopteam (Beamer) mitverfolgt werden kann.

Institut Decker GmbH, König-Heinrich-Str. 22, 81925 München / tel 089 91076406 / fax 089 910 2957

Unmittelbar danach wird der Arzt durch mich oder einen geschulten Mitarbeiter intensiv über seinen Eindruck von der vorangegangenen Produktvorstellung und dem Folder sowie über seine Einstellungen und Verordnungsgewohnheiten in der jeweiligen Indikation und den Effekt der vorangegangenen Produktvorstellung interviewt. Dieses Gespräch wird ebenfalls per Video durch die Workshopteilnehmer miterlebt.
Im Anschluss an beide Gespräche, die aufgezeichnet werden, findet eine gemeinsame Analyse und Interpretation der Beobachtungen und Inhalte unter unserer Moderation statt.

DIE WORKSHOPARBEIT UND IHR NUTZEN

Im Pharmareferent-Arzt-Gespräch können die Mitarbeiter mit unterschiedlichen Einstiegen, Argumenten und Begleitmaterialien experimentieren.

Es kommt nicht darauf an, „glatte" Gespräche zu führen, sondern neben erfolgversprechenden Argumentationsbausteinen auch die hauptsächlichen „Gesprächsklippen" zu bestimmen. Erfahrungsgemäß liefern häufig gerade „problematische" Arztgespräche wertvolle strategische Erkenntnisse.

Da sich der Workshop auf die Konzeptprüfung konzentriert, steht die individuelle Gesprächsführung der Außendienstmitarbeiter nicht auf dem Prüfstand. Damit ist die Belastung der Pharmareferenten in der Videosituation auf ein erträgliches Maß reduziert.

Im Nachinterview (Dauer ca. 30 Minuten) wird mit der Methode der non-direktiven Gesprächsführung der Arzt zunächst zu einer spontanen Rückmeldung über die Produktvorstellung veranlasst.

Es wird dabei deutlich, welche Informationen die Aufmerksamkeit und das Interesse des Arztes erreicht haben, was und wie viel haften blieb, welche Argumente überzeugten und welche Botschaften hingegen Widerstände auslösten oder beispielsweise zu terminologisch bedingten Missverständnissen führten. Ferner wird gezielt ermittelt, welche Gesichtspunkte zu stark oder zu schwach gewichtet wurden, was emotional ansprach oder was darüber hinaus den Arzt eher interessiert oder angesprochen hätte.
Schließlich werden quantitative, inhaltliche oder gestalterische Aspekte des Folders oder anderer Begleitmaterialien überprüft und Reaktionen oder Wünsche im Hinblick auf Serviceleistungen erfragt.

Die gemeinsame Analyse der Gespräche wird durch das Workshopteam vorgenommen. Erfolgreiche und weniger günstige Inhalte, Formulierungen und Reaktionen auf Einwände oder Fragen der Ärzte werden zusammengetragen und diskutiert, problematische Informationspassagen überarbeitet, wobei sich nach einigen Gesprächen erfahrungsgemäß bereits positive oder weniger erfolgversprechende Ansätze einer Strategie bestimmen lassen.

Institut Decker GmbH, König-Heinrich-Str. 22, 81925 München / tel 089 91076406 / fax 089 910 2957

Es werden schrittweise Modifikationen vorgenommen, die von veränderter Akzentuierung über ergänzende Argumente bis hin zu Veränderungen einzelner Visualisierungen von Studienergebnissen oder ganzer Folderseiten reichen können.
Eine in weiteren Gesprächen stets kontrollierbare Optimierung der Konzeption wird in „hartem Ringen" des Teams erzielt.

Eine einmalige Workshopveranstaltung ist – trotz der relativ kleinen Stichprobe von Ärzten – erfahrungsgemäß in der Lage, wesentliche Anhaltspunkte für ein „Gesprächsgerüst" zu erarbeiten, das sich auch unter den härteren Bedingungen der Praxissituation bewährt.

Geht es allerdings um eine kompliziertere Fragestellung oder um eine „Feinoptimierung" der Konzeption, sollte ein weiterer ein- oder zweitägiger Workshop im Abstand von etwa zwei bis drei Wochen vorgesehen werden.

Die digitalen Video-Aufzeichnungen werden dem Auftraggeber auf DVDs zur Verfügung gestellt. Eine ausschließlich firmeninterne Nutzung sowie die Wahrung der Anonymität der Ärzte müssen dem Institut Decker GmbH schriftlich zugesichert werden.

Ausschnitte aus den Videoaufzeichnungen der Arztgespräche und der Nachinterviews können hervorragend für die Einarbeitung oder Schulung des gesamten Außendienstes genutzt werden.
Auf Wunsch kann die Erarbeitung eines dafür didaktisch geeigneten Videomaterials im Rahmen eines gesonderten Auftrages durch das Institut Decker GmbH vorgenommen werden. Ebenso ist eine Mitarbeit bei Trainingsveranstaltungen oder Einführungstagungen möglich.

DIE TEILNEHMER AM WORKSHOP

Die Ärzte – niedergelassene oder Kliniker – werden durch uns auf der Grundlage eines vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten und entsprechend der Fragestellung vorselektierten Adressmaterials eingeladen. Die Zusammensetzung der Stichprobe richtet sich selbstverständlich nach den jeweiligen Erfordernissen des Projektes.

Bis zur Gesprächseröffnung erfahren die Ärzte nicht, um welche Firma, welche Indikation oder welches Produkt es sich handelt. Damit wird die Spontaneität der Reaktionen auf die Präparatevorstellung gewährleistet.
Wesentliches Motiv der Teilnehmer ist es im Allgemeinen, einen Beitrag zur Verbesserung der Kommunikation Pharmareferent-Arzt zu leisten. Die Honorierung der Ärzte ist so bemessen, dass keine „Gefälligkeitsreaktionen" zu erwarten sind. Das Arztverhalten entspricht erfahrungsgemäß weitgehend dem in der alltäglichen Praxis- oder Kliniksituation.

Institut Decker GmbH, König-Heinrich-Str. 22, 81925 München / tel 089 91076406 / fax 089 910 2957

Der **Auftraggeber** sollte mit folgenden Mitarbeitern vertreten sein:

- 2 bis 3 Pharmareferenten für die Gesprächsführung
- Marketingleiter
- Produktmanager
- Außendienstleiter bzw. Regionalleiter
- Marktforscher
- Medizinisch-wissenschaftlicher Mitarbeiter
- Schulungsleiter
- Ggf. Mitarbeiter der Agentur

Das Workshopteam sollte die Zahl von 12 Personen möglichst nicht überschreiten. Eine konstante Zusammensetzung des Teams über beide Tage empfiehlt sich unbedingt.

MODERATION

Die Moderation wird grundsätzlich durch mich selbst sowie einen geschulten und erfahrenen Mitarbeiter vorgenommen. Außerdem steht eine Mitarbeiterin für den Empfang der Ärzte und die Betreuung des Teams sowie für andere organisatorische Aufgaben zur Verfügung.

DIE KOSTEN

Wir erstellen gerne ein Kostenangebot, in dem mit Ausnahme eventuell erforderlicher Übernachtungen der Firmenmitarbeiter folgende Leistungen enthalten sind:

- Vorbesprechung (Briefing) am Ort des Auftraggebers
- Organisation des Workshops
- Einladung und Honorierung der Ärzte (Kliniker nur mit Dienstherrengenehmigung)
- Videotechnik (digital), Beamer
- Aufzeichnungen auf Festplatte zum Brennen von DVDs
- Zur Verfügung steht: Farbdrucker, -kopierer- und -scanner;
- Raummieten (2 Räume in 4-Sterne-Hotel / alternativ in Studios)
- Tagungskosten
  (Bewirtung des Workshopteams bis maximal 15 Personen – einschließlich 3 Mitarbeiter Institut Decker – über beide Tage. Bei Überschreitung dieser Zahl werden die jeweiligen Konferenzpauschalen des Veranstaltungshotels bzw. der Mehrverbrauch eines Caterings im Studio gesondert in Rechnung gestellt. Nicht eingeschlossen sind die Übernachtungskosten der Firmenmitarbeiter.)
- Moderation (2 Moderatoren Herr Decker / Herr Dr. Stapelberg)
- Assistentin für Empfang, Betreuung und Organisation
- Mündliche Präsentation
- Schriftliche Ergebniszusammenfassung

Institut Decker GmbH, König-Heinrich-Str. 22, 81925 München / tel 089 91076406 / fax 089 910 2957

Bei Durchführung eines Workshops werden – wenn nicht anders vereinbart – unsere **Reise- und Übernachtungskosten**[1] (3 Personen) gesondert in Rechnung gestellt. Die Abrechnung erfolgt mit dem Nachweis durch Belege (Rechnungskopien).
Bei Fahrten mit PKW: km a € 0,45 netto.
Wenn gewünscht, kann auch eine Reise- und Logiskostenpauschale für einen bestimmten Veranstaltungsort kalkuliert werden.

Die **Rechnungsstellung** erfolgt – wenn nicht anders vereinbart – zu 50 % bei Auftragserteilung und zu 50 % (zuzüglich angefallener Reise- und Übernachtungskosten) nach auftragsgemäßer Durchführung des Projekts.

Bei **Stornierung** eines in Auftrag gegebenen Workshops fallen – wenn nicht andere Vereinbarungen getroffen wurden – folgende Kosten an:

Zeitraum der Stornierung vor Veranstaltungstermin	Prozent der Auftragssumme
Mehr als 8 Wochen	10 %
6 bis 8 Wochen	20 %
3 bis 6 Wochen	40 %
0 bis 3 Wochen	80 %

[1] Bei Durchführung eines Projektes in München fallen keine Reise- und Übernachtungskosten an.

Institut Decker GmbH, König-Heinrich-Str. 22, 81925 München / tel 089 91076406 / fax 089 910 2957

DER PHARMA-STRATEGIE-WORKSHOP©

Problemdiskussion

Institut Decker ⟷ Auftraggeber

- Fragestellungen
- Zielsetzungen
- Ärzte-Zielgruppe

1. PHASE

Außendienstgespräch

Pharmareferent ⟷ Arzt

(Dialog ca. 5 – 10 Min.)

- Gesprächseinstieg
- Folder – Präsentation
- Produktinformationen
- Serviceleistungen
- Vereinbarungen

VIDEO →

2. PHASE

Feedback

Interviewer ⟷ Arzt

(Interv. ca. 30 Min.)

- Was ist angekommen?
- Welche Probleme?
- Was ist zu verbessern?

VIDEO →

Teilnehmer

Moderatoren*
Firmenteam*

Außendienst
Marketing
Produktmanager
Med.-Wis.
Marktforscher
Schulung
Agentur
+ Pharmareferent

*verfolgen im Nebenraum
Außendienstgespräch und Interview
Aufnahme: DVD / MiniDV / Festplatte

3. PHASE

Workshoparbeit

Moderatoren + Firmenteam

- Diskutieren
- Ändern
- Erproben
- Verbessern

Inhalte / Argumente

Folder

Ergebnispräsentation

Institut Decker → Auftraggeber

- Schriftlicher Bericht
- Mündliche Präsentation
- Video-Ausschnitte

Institut Decker GmbH, König-Heinrich-Str. 22, 81925 München / tel 089 91076406 / fax 089 910 2957