



Pharma-Marketing: Rate us, Doc!

Von *IFABS*

Erstellt am 17 Jan 2014 - 06:53

„Die Veranstaltungsteilnehmer waren begeistert!“
„Unsere Mailing-Serie stieß auf eine große positive Resonanz!“
„Der Folder ist ein voller Erfolg!“
„Die neue Internetseite findet riesiges Interesse!“

Feedback: Sporadischer Jubel

Feedback-Erhebungen in pharmazeutischen Unternehmen sind durch zwei Charakteristika geprägt: sie finden nur sporadisch statt und sind im Ergebnis immer positiv. Der Grund hierfür ist die Reduktion der Erfolgskontrolle auf zwei Fragen: „Rechnet sich die Aktion / das Projekt?“ und: „Hat sie / es für den durchführenden Bereich bzw. die verantwortlichen Person(en) eine positive Inhouse-Imagewirkung?“ Feedback-Analysen dienen damit primär der Rechtfertigung und Selbstdarstellung. Doch derart umgesetzt entgehen Marketing und Vertrieb wichtige Informationen, die für ein erfolgreiches Multi-Channel-Management der Marktkommunikation unerlässlich sind.

Feedback: Systematisch, stringent und persistent durch ein Satisfaction & Impact Rating

Die Lösung besteht in der Etablierung eines für alle Aktionen und Marketing- bzw. Vertriebs-Bereiche eines Unternehmens einheitlichen Feedback-Systems. Seine globale, übergreifend verpflichtende Gültigkeit macht es zu einer objektivierenden Wirkungsanalyse. Das Kernelement ist eine durchgängig eingesetzte Scoring-Skala, die Instrumente und Maßnahmen mittels übergeordneter Qualitätskriterien nicht nur vergleichbar macht, sondern auch in ihrer Entwicklung im Zeitablauf überwacht. Dieses Satisfaction & Impact Rating (SIR) ermöglicht ebenso eine Einzelbewertung von Marktaktivitäten als auch deren Vergleiche. Betrachtet man die Resultate darüber hinaus Zielgruppen-bezogen, können Marketing-Mix-Wirkungen in ihrem Gesamteffekt untersucht werden. Als innerbetriebliches Benchmarking erzeugt das SIR einen Wettbewerb um Qualität und Kreativität, marktbezogen signalisiert es Kunden und Interessenten eine deutliche Kooperationsbereitschaft. Ebenso sind die Ergebnisse für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nutzbar.

Quelle: <http://ifabsthill.wordpress.com/2014/01/17/pharma-marketing-rate-us-doc/> [1]

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 30 Dez 2020 - 23:30): <http://medkom24.eu/node/18668>

Links:

[1] <http://ifabsthill.wordpress.com/2014/01/17/pharma-marketing-rate-us-doc/>