



Vermarktung von Digital-Lösungen bei Haus- und Fachärzten: Wie positiv gedachte Nutzenbeschreibungen das Gegenteil bewirken

Von *IFABS*

Erstellt am 10 Sep 2018 - 06:14

Worum es geht

Wie bei allen Verkaufsprozessen spielen auch bei Digital-Angeboten die in den Leistungs-Beschreibungen verwendeten Formulierungen bzw. Begriffe und die mit ihnen verbundenen Assoziationen eine wichtige Rolle. Doch nur die wenigsten Anbieter wissen, worauf es bei Ärzten in der Argumentation ankommt.

Zutreffende Beschreibungen wirken negativ

Im Rahmen des Projektes „Sales Talk Insights“ werden mittels Arztbefragungen auch die Rahmendaten für den Vertrieb von Digital-Lösungen regelmäßig analysiert. Eine aktuelle Exploration beschäftigt sich mit den von Herstellern / Anbietern verwendeten Beschreibungen ihrer Leistungen und den hierbei eingesetzten Deskriptionen.

Weiterlesen: <https://bit.ly/2wUoFwg> [1]

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 00:21): <http://medkom24.eu/node/23430>

Links:

[1] <https://bit.ly/2wUoFwg>