

Optimales Targeting mit prescriber-Daten Medimed kooperiert mit medipharm

Im Rahmen einer Kooperation setzen die Medimed GmbH, Bensheim, und die medipharm GmbH, Dortmund, (www.medipharm.de) neue Maßstäbe bei Targeting- und Zielgruppenprojekten. Targeting ist mittlerweile für die Pharmahersteller ein immer wichtigeres Vorgehen, um eine optimale Ressourcenallokation bei den entscheidenden Kunden zu erreichen.

Grundgedanke dieser Kooperation ist es, den Kunden konzeptionell und bei der Umsetzung eines geplanten Targeting-Projektes zu begleiten. Bei Bedarf unterstützen wir unsere Kunden bis zur (nicht gerade immer einfachen) Kommunikation der Ergebnisse und deren Implementierung im Außendienst.

Für ein effizientes Targeting sind unterschiedliche Informationen aus unterschiedlichen Datenquellen (in der Regel von verschiedenen Datenanbietern) erforderlich. prescriber-Daten geben u.a. Aufschluss über Verordnungspotenziale, Verordnungstrends, Versorgungsstrukturen und – heute aktueller denn je – vor dem Hintergrund von Rabattverträgen auch das noch nicht rabattvertragsgebundene Verordnungspotenzial der Praxen.

Andere Datenquellen (siehe Kasten) sind erforderlich, um mittels ausgereifter Data-mining-Verfahren aus den prescriber-Daten auf die Grundgesamtheit der Arztgruppen schließen zu können (Modellierung). Hierbei werden Ärztegruppen, die für unterschiedliche Informationskonzepte von Bedeutung sind (z.B. indikationsspezifisch wichtige Praxen, Innovatoren, Vielverordner eines Produkts, einer Produktkategorie) anhand von prescriber-Daten segmentiert. Diesen Praxen werden weitere Parameter aus OneKey, regionalen

Pharmamarktdaten, Bevölkerungs- und Infrastrukturdaten sowie mit dem jeweiligen Kunden abgestimmten und verfügbaren Datenbanken zugeordnet.

Voraussetzung für die Nutzung dieser Daten ist eine möglichst vollständige Datenbasis – auch für die Grundgesamtheit der zu analysierenden Ärztegruppen. Ein Rückschluss von relevanten prescriber-Segmenten auf die nicht an der prescriber-Studie teilnehmenden identischen Segmente in der Grundgesamtheit ist dann möglich – und mit den richtig angewandten Verfahren auch treffsicher.

Zusammen mit dem Geschäftsführer der medipharm GmbH, Gerd Bögel, in der Branche als Targeting-Experte bekannt (Sales Efficiency-Analysen, Entwicklung und Implementierung arztorientierter Kommunikationskonzepte bei internationalen Pharmakonzernen), wird Medimed auf der Basis von prescriber-Daten mit höchster Datenqualität auf nominativer Ebene firmenspezifisch optimierte und umsetzbare Zielgruppenkonzepte anbieten.

Bei der diesjährigen Benutzerkonferenz Anfang März stieß das von Herrn Bögel und Medimed vorgestellte Konzept, das sich bereits seit Jahren erfolgreich bei der Steuerung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten bewährt hat, auf großes Interesse und rege Nachfrage.

Für Fragen zu diesem Produkt wenden Sie sich bitte an:
Medimed GmbH, Herrn Frank O. Martin,
Tel. 06251 8484-105,
frank.martin@cegedim.com
oder an
medipharm GmbH, Herrn Gerd Bögel,
Tel. 089 84 05 96 95
g.boegel@medipharm.de

Targeting-Datenquellen:

- prescriber-Verordnungsdaten
- prescriber-Diagnosedaten
- prescriber-Rabattvertragsdaten
- OneKey-Adresspool
- Datenbanken/-quellen des Auftraggebers
- Geo-kodierte Bevölkerungsstrukturinformationen
- weitere Geo-Daten
- medipharm-Datenbank zu Kommunikationspräferenzen und Arzttypologie

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

die Medimed feiert 2009 ihr 10-jähriges Jubiläum. Wir sind stolz darauf und danken Ihnen für Ihre Treue und Unterstützung, ohne die wir uns seit 1999 nicht zu einer so festen und unverzichtbaren Größe im Pharmamarkt hätten entwickeln können.

2008 haben wir unsere Erhebungen noch einmal deutlich erweitert. Neben den selbstverständlichen Verordnungsdaten kamen u.a. Diagnose- und Rabattvertragsdaten hinzu, und die nächsten Neuerungen sind schon auf dem Weg. Wir freuen uns darauf, auch in Zukunft ein verlässlicher Partner an Ihrer Seite sein zu dürfen.



Nun wünsche ich Ihnen viele für Sie wertvolle Informationen bei der Lektüre von *Spotlight*.

B. Häusler
Ihr Bernhard F. Häusler