

Patienten- und Ärzteverstehender

Erfolgreicher Vertrieb setzt gute Kenntnisse über die Branche, aber auch über die Zielgruppen voraus. Das gilt besonders im Pharmabereich. Bei der good healthcare group mit Sitz in Berlin weiß man, wie Ärzte und Patienten 'ticken'. Der Multi-Channel-Anbieter und Spezialist auf dem Gebiet der Arzt- und Patientenbeziehungen findet im Vertrieb von Pharmaprodukten ebenso den richtigen Ton und den richtigen Kanal wie in der Patientenbetreuung.

In nur sechs Jahren hat sich die good healthcare group von einer Idee zum erfolgreichen Spezialisten für Services und Produkte im Healthcare-Vertrieb entwickelt. 450 Healthcare-Spezialisten bringen heute Pharmaunternehmen, Ärzte und Patienten so zusammen, dass alle davon profitieren. „Wegen der digitalen Veränderung haben wir 2012 Services für Ärzte und Patienten entwickelt“, erzählt der Chief Executive Officer

und Erfahrung in über 50 verschiedenen Indikationsbereichen ist die Gruppe heute Marktführer.

PATIENTEN ZUM SELBST-MANAGEMENT BEFÄHIGEN

Bereits ein Jahr nach der Gründung folgte der zweite 'Streich': in//touch, die Unternehmensberatung für omnimediale, faktenbasierte und werthaltige Beziehungen im Bereich Healthcare. „Wir

„

Wenn man der Zielgruppe auf Augenhöhe begegnet, entwickelt sich eine neue Sympathie und ein neues Netzwerk.

“

und Gründer der Gruppe Thomas-Marco Steinle. Begonnen hat alles mit +49 med, der innovativen Lösung für Vertriebsprobleme im Pharmabereich. Die Idee, die dahinter stand: „Wir machen nur noch das, was die Ärzte wollen. Sie entscheiden über Kanal und Thema, Tag und Uhrzeit des Kontakts. Wenn man der Zielgruppe auf Augenhöhe begegnet, entwickelt sich eine neue Sympathie und ein neues Netzwerk.“ Das Konzept ging auf: Mit mehr als 50.000 Arztkontakten im Monat

unterstützen alle Phasen von der Beratung über die Projektierung bis zum Management und setzen die Theorie in die Praxis um – stets zum Wohl des Patienten“, betont der Geschäftsführer. 2017 folgte die patient+. Über 25.000 Patienten werden heute dauerhaft in Support-Programmen begleitet. „Der Neurologe empfiehlt zum Beispiel einen Patienten-Support. Der Patient tritt bei uns ein und wir stehen ihm Tag und Nacht zur Verfügung. Wir bieten eine 360-Grad-Begleitung.“ Diese be-

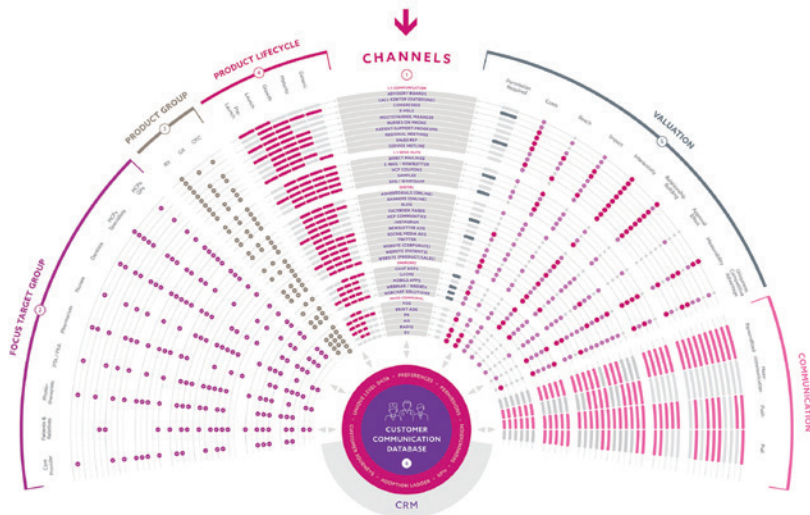


Fan moderner Medien und Überzeugungstäter: Chief Executive Officer und Gründer Thomas-Marco Steinle liegt das Wohl der Patienten am Herzen

inhaltet den Kontakt über alle modernen Medien vom Telefon bis hin zu FaceTime und Skype, aber auch die Betreuung vor Ort durch das ausgebildete und erfahrene Pflegepersonal. Daneben umfasst sie alle erdenklichen Aufgaben rund um die Krankheit, wie etwa das Erstellen von Begleitschreiben für Diabetiker, die sich auf einer Flugreise Insulin spritzen müssen. „Wir verstehen, was dem Patienten fehlt, wissen, was zu

tun ist und wie man sich verhalten muss. So unterstützen wir ihn und befähigen ihn zum Selbstmanagement. Denn die Ärzte sind oft sehr eingespannt und können das nicht leisten“, erläutert Thomas-Marco Steinle. Das jüngste 'Kind' der Gruppe ist cso+, ein hybrider Außendienstvertrieb mit eigenem Personal.

„Die digitale Veränderung wird viele Probleme der Gesellschaft lösen – Hunger, Krankheit, Tod“, ist Tho-



Das Konzept für optimale Kommunikation im Gesundheitsbereich: das Omni-Channel-Orchestra

good healthcare group

Europaplatz 2
10557 Berlin
Deutschland

+49 30 338494777

+49 30 338494999

info@goodhealthcare.com

www.goodhealthcare.com



mas-Marco Steinle überzeugt und nennt ein Beispiel: „Es gibt schon die erste Zulassung für eine 3-D-gedruckte Tablette gegen Epilepsie in den USA. Sie ermöglicht, die Dosis täglich absolut genau abzustimmen. Andere Anwendungsgebiete setzen mittlerweile einen Chip im Körper des Patienten voraus. Dieser misst dann so zum Beispiel bei Insulinpumpen die erforderliche Dosierung, sodass der Patient wesentlich besser und einfacher therapiert werden kann. Auch das Self-Tracking eröffnet seiner Meinung nach neue Chancen, beispielsweise beim Thema Ernährung. „So bieten sich dem Patienten holistische Lösungen an.“ Als Fan moderner Medien hat er mit der neuen Entwicklung room49 aus dem eigenen Digital Sales Lab auch eine neue Ära der Kommunikation mit Ärzten und Patienten ins Leben gerufen: professionelle Liveschaltungen, ähnlich wie im Fernsehstudio. „Aus der einfachen Videotelefonie haben wir dieses hochprofessionelle Format entwickelt, das bereits viel Aufsehen erregt. Mit ihm sind noch bessere Patientenschulungen und Vorträge möglich.“

„Wir verstehen, was dem Patienten fehlt, wissen, was zu tun ist und wie man sich verhalten muss. So unterstützen wir ihn und befähigen ihn zum Selbstmanagement.“

THE FUTURE IS FEMALE

Über eine Frauenquote macht man sich bei der good healthcare group keinerlei Gedanken. Aus gutem Grund: Der Gesundheitsbereich werde zunehmend weiblich, erklärt Thomas-Marco Steinle. „In den nächsten fünf Jahren werden 70% aller Ansprechpart-

ner in der Medizin Frauen sein.“ In seiner Gruppe sei dieser Prozentsatz in der Exekutive bereits erreicht. „Das war nicht geplant. Wir entscheiden über das Assessment – wer besser ist, der darf führen. Ich stelle gerade fest: Die Firma gehört mir, aber Frauen haben die Macht“, sagt er lachend. Unter den 450 Healthcare-

Spezialisten der Gruppe sind 300 Krankenschwestern und Pfleger. 150 Mitarbeiter sind in Berlin fest angestellt; 30% von ihnen haben promoviert. Die Rekrutierungsmöglichkeiten in der Hauptstadt als ‘Multi-Channel-Center’ seien exzellent, so der Chief Executive Officer, der mit ganzem Herzen in seiner Arbeit aufgeht: „Ich bin Überzeugungstäter und von der Sache beseelt!“



Von Berlin aus arbeiten 450 angestellte und freie Healthcare-Spezialisten



Dort, wo das Leben pulsiert: die Agentur der good healthcare group im Berliner Hauptbahnhof