

10 Jahre in//touch: Omnichannel Excellence für eine erfolgreiche Healthcare- Kommunikation

- Die in//touch, Strategieschmiede und Beratungsunit der good healthcare group, wurde 2013 mit der Idee und Motivation gegründet, den Pharmavertrieb zu revolutionieren.
- Immer im Fokus des Teams: Ein zukunftssicherer Zugang mit hoher Relevanz für Healthcare Professionals - nichts weniger als das!

„Das haben wir schon immer so gemacht!“ Diese Devise führt in Zeiten eines zunehmenden digitalen Mindsets bei Healthcare Professionals (HCPs) unwillkürlich zum Stillstand des eigenen Vertriebs, dem Einbruch des werthaltigen Dialogs und daraus resultierenden weiteren Hürden in der Kommunikation, die notwendig für eine langfristige und intensive Beziehung ist. Es gilt umzudenken! Häufig fehlt jedoch das tiefer gehende Know-how darüber, welche digitalen oder nicht-digitalen Maßnahmen aus dem Kommunikationsmix tatsächlich für einen besseren Zugang sorgen und zur Steigerung der Akzeptanz sowie letzten Endes zu mehr Verordnungen und Empfehlungen führen. Verständlich, dass da bei vielen Verantwortlichen Fragen aufkommen: Wie kann ich den Ansprüchen meiner Zielgruppe gerade in Zeiten der asynchronen Kommunikation gerecht werden? Welchen Content braucht es? Wie synchronisiere und orchestriere ich die einzelnen Aktivitäten sinnvoll? Und wie integriere ich den so wertvollen Außendienst? Die in//touch als führende Omnichannel-Strategieberatung und Geschäftszweig der good healthcare group, setzt genau hier an, unterstützt Kund*innen dahingehend und steht seit nun mehr 10 Jahren für Omnichannel und Commercial Excellence sowie innovative Kommunikationserlebnisse in der Healthcare-Industrie! Denn das Team weiß genau, was Healthcare Professionals wollen und Pharma braucht.

„Wir haben über die letzten Jahre zahlreiche Pharmaunternehmen auf dem Weg in eine erfolgreiche Transformation begleitet und vor allem neue Vertriebs- sowie Betreuungsmodelle für HCPs entwickelt und in den Unternehmen erfolgreich eingeführt und etabliert. Wir freuen uns, dass unsere anfängliche Vision, also den Pharmavertrieb zu modernisieren, Realität geworden ist. Heute sogar mehr denn je! Mit einem gewissen Stolz können wir sagen, dass wir nicht nur viel bewegt, sondern uns in diesem Segment die Marktführerschaft erarbeitet haben. Die in//touch ist dabei eine proaktive Initiatorin, wissensdurstige Entdeckerin und smarte Teamplayerin. Vor allem ist sie jedoch eine organisierte Dirigentin des umfangreichen Omnichannel-Orchesters. Strategisch und anpackend. Mutig und immer mit einer Lösung in der Hinterhand dank ihrer umfangreichen Healthcare-Expertise“, resümiert Wolfgang Höfers, Founder und General Manager der in//touch und Chief Innovation & Consulting Officer der good healthcare group, die letzten Jahre.

Mehr als nur gute Ratschläge: Die Motivation hinter der in//touch

Dabei wurde die in//touch 2013 aus der Erkenntnis heraus gegründet, dass allein die

Verbesserung der Vertriebsstrukturen die Pharmaindustrie noch nicht revolutioniert. Es fehlte das Wissen zu modernen Omnichannel-Konzepten, der Mut für neuartige Ideen und digitalen Strategien. Im Fokus der Unternehmensberatung steht bis heute die Entwicklung und Umsetzung von omnimedialen, faktenbasierten und begeisternden Vertriebsstrategien, die das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt stellen: von der Beratung über die Strategieentwicklung, Umsetzung und Etablierung, Projektleitung und dem Management bis hin zur Umsetzung und Erfolgskontrolle. Das Team besticht dabei damals wie heute durch die große Agilität in ihrer Arbeit sowie die flachen Hierarchien, eine klare Haltung zu Inklusion und den abteilungsübergreifenden Zusammenhalt. Thomas-Marco Steinle, Founder und General Manager in//touch und CEO der good healthcare group, zum Start: „Wolfgang und ich hatten beide die Idee und Motivation, den Vertrieb neu zu gestalten. Das war die Geburtsstunde der in//touch, unserer Beratungsunit und Strategieschmiede. Uns war klar, dass sich etwas ändern muss! Es war schon vor 10 Jahren nicht mehr zeitgemäß, Healthcare Professionals ausschließlich zu besuchen. Und wir sollten mehr Recht behalten, als uns lieb war. So konnten wir viele Kunden erfolgreich auf den digitalen Umbruch rechtzeitig vorbereiten.“

Mit Blick in die Zukunft: Das Team setzt auf Transformation und Enablement

Die Stärken der in//touch sind klar. „Wir stehen mitten im Markt! Unser Team kennt die Needs und Pain Points und hat das Verständnis für die Bedürfnisse der Zielgruppen, was es heute in dieser hart umkämpften Branche braucht. Vom innovativen Vertriebskonzept über die Omnichannel-Befähigung des Außendienstes bis hin zu Social Media Kampagnen mit Patient Influencer*innen, in Co-Creation und mit maximaler Agilität entwickeln wir passgenaue Konzepte und Lösungen für individuelle Transformationsstrategien für das Next Commercial Excellence Model“, so Wolfgang. Kein Geheimnis: Der Wunsch nach Veränderung in den Kommunikationswegen ist in der Healthcare-Industrie klar gegeben. Wenn sich jedoch die Anforderungen im Markt ändern und neue Kanäle, Tools oder ein anderer Content ausprobiert werden müssen, gehen solche Änderungen immer auch mit neuen Herausforderungen einher. So setzt das Team aktuell verstärkt auf ganzheitliche Enablement-Maßnahmen, um Pharmaunternehmen bei einer erfolgreichen Transformation zu unterstützen. Hier gilt es den Mitarbeitenden das passende Skill- sowie Mindset an die Hand zu geben, um die neuen Aufgaben erfüllen zu können. Diese „Toolbox“ ist dabei so individuell wie die Mitarbeitenden selbst. Schließlich geht es darum, jeden Einzelnen im Team zu empowern und in ihrer bzw. seiner Rolle wachsen zu lassen. One-size-fits-all-Lösungen funktionieren nicht. Unternehmen müssen, so Thomas, dafür jedoch neue Wege gehen: „In unserer Arbeit streben wir jeden Tag danach, die Kommunikation zwischen Pharmaindustrie, Healthcare Professionals und Patient*innen voranzutreiben – inklusive der modernsten Kanäle, denn veraltete Tools haben ausgedient. Der Markt kennt keinen Stillstand, Pharma darf sich nicht ausruhen. Wer in Zukunft erfolgreich und konkurrenzfähig sein möchte, sollte für Veränderungen offen sein. Mit der in//touch setzen wir genau hier an, um Kommunikationserlebnisse zu schaffen, die den neuen Ansprüchen der Zielgruppen gerecht werden. Letztendlich entscheiden wir auf der stolzen Datenbasis unserer Erfahrungen aus Gesprächen mit Ärzt*innen und Apotheker*innen der letzten 10 Jahre. Heute ist entscheidend, wer den Zugang zu den Healthcare Professionals hat. Im Bereich Onkologie, Orphan Diseases und Specialties - traue ich mich zu behaupten - den besten Zugang haben wir.“

Über die good healthcare group:

Die good healthcare group hat es sich zur Aufgabe gemacht, in Zeiten der digitalen Transformation im Gesundheitswesen relevante, aber vor allem nachhaltige Kommunikationserlebnisse zu schaffen, die Patient*innen sowie Healthcare Professionals präferenzorientiert begegnen. Von der ganzheitlichen Strategieentwicklung über die individuelle Beratung von Healthcare-Spezialist*innen bis hin zu einer umfassenden Patientenbetreuung: Mit den Geschäftszweigen in//touch, +49 med, patient+ und cso+ bietet das Team unter der Leitung von Chief Executive Officer Thomas-Marco Steinle, Chief Innovation & Consulting Officer Wolfgang Höfers, Chief Client Officer Daniel Schaller und Chief Financial Officer Sebastian Schröter moderne und maßgeschneiderte Konzepte sowie Lösungen für Pharmaunternehmen. In Co-Creation entstehen gemeinsam mit den Kund*innen Perspektiven, die langfristig neue Möglichkeiten eröffnen.

Das Team aus über 600 Healthcare-Spezialist*innen entwickelt so bereits seit 2012 erfolgreiche Produkte und Services für den Markt – immer mit dem Fokus auf einen digitalen Ansatz, auf Augenhöhe und genau auf dem Kanal, der jeweils am besten passt. Der Firmensitz der good healthcare group ist in Berlin mit einem weiteren Standort in Potsdam.

Pressekontakt:

Manja Rehfeld | Mashup Communications GmbH | +49.30.25749580 | ghg@mashup-communications.de