

# Healthcare

BPO-Lösungen für Ihren Markterfolg



**Nichts bleibt, wie es ist:**

**Neue Geschäftsmodelle lösen den klassischen Vertrieb zunehmend ab.**

Immer mehr Unternehmen aus der Healthcare-Industrie überdenken ihre bisherigen Vertriebsstrategien und werden in den kommenden Jahren neue Modelle für ihren Vertrieb einführen. Dabei steht die Pharmabranche vor einem erheblichen Paradigmenwechsel. Nicht nur was die neuen Zielgruppen wie Krankenkassen oder Integrierte Versorgungszentren angeht, die neben dem Arzt künftig in den Fokus des Vertriebs rücken. Die traditionellen Modelle der reinen Produktvermarktung mittels verschiedener Indikationen um unterschiedliche Arztzielgruppen zu erreichen, werden an Bedeutung abnehmen. Innovative Multichannel-Vertriebsmodelle spielen eine immer größere Rolle. Zunehmend setzt sich die Erkenntnis durch, dass der „Share of Voice“ über alternative Kontaktkanäle gepflegt und gefördert werden muss.

Im Rahmen des Portfolio Lifecycle Management rücken „Mature Brands“ immer stärker in den Fokus. Die Geschäftsmodelle für „reife Produkte“ werden gekennzeichnet sein durch ein unternehmensübergreifendes Dachmarketing, einen hohen Outsourcinggrad und einen zunehmenden Anteil an Direktmarketing in Kombination mit E-Detailing im Vertriebsmix.

## walter services – Innovation aus Erfahrung

Mit seinem klaren Profil als Healthcare-Spezialist gepaart mit der Diversifikation seines Leistungsspektrums erfüllt walter services die Anforderungen hinsichtlich Konzeption und Umsetzung der neuen Vertriebsmodelle. Aufbauend auf der Kernkompetenz - der Entwicklung und der Durchführung von profilgerechten Direktmarketingkampagnen mit den Schwerpunktzielgruppen niedergelassene Ärzte, Krankenhausärzte, Apotheken und Patienten – versteht sich walter services als der strategische Partner für ganzheitliche Dienstleistungen bis hin zur Übernahme kompletter Vertriebs- und Serviceprozesse.

Zusätzlich übernimmt die walter services GmbH mehr und Vertriebs- und Marketingaufgaben in Eigenregie mit Planungs- und Gewinnverantwortung. Das Modell der integrierten Marketing- und Sales-Fabrik nutzt die Kundencenter als zentrale Organisationseinheit und stellt so eine Klammer für alle vermarkteten Präparate und Dienstleistungen eines Pharmaunternehmens dar. Die Konzepte von walter services begleiten in jeder Phase des Lebenszyklus eines Präparats oder eines medizintechnischen Produktes die Vertriebsaktivitäten der Healthcare-Industrie.

## Integrierte crossmediale Konzepte

Ohne oder in Kombination mit dem Außendienst werden so Produkte erfolgreich in den Markt eingeführt, saisonale Impulse durch Erhöhung der Besprechungsfrequenzen gesetzt und Vakanzen ausgeglichen. Mit den integrierten crossmedialen Konzepten der walter services GmbH werden niedergelassene Ärzte, Apotheken, Sanitätshäuser, Ansprechpartner in Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen sowie Patienten und Krankenkassenmitglieder im Rahmen von Disease Management Programmen betreut. Mit einer engen inhaltlichen und zeitlichen Verzahnung der eingesetzten Dialoginstrumente zu einem medienadäquaten, profilgerechten Vertriebsmix wird eine hohe Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe für die transportierten Kernbotschaften erreicht. Zusätzlich fördern die Kreativität des Konzepts, die Kontinuität in der Betreuung und das flexible und schnelle Eingehen auf Servicewünsche die Akzeptanz und sind somit grundlegende Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg.