Key Opinion Leader (KOL) Workshop
MSL MasterClass

Erfolgreiche Kooperation mit externen Experten

Dr. Günter Umbach
www.umbachpartner.com
Healthcare Business Expert

Kooperation-mit-externen-Experten-aktuell

Willkommen

Willkommen

zu einer faszinierenden Reise

Zwischenfragen / Kommentare

In Chat

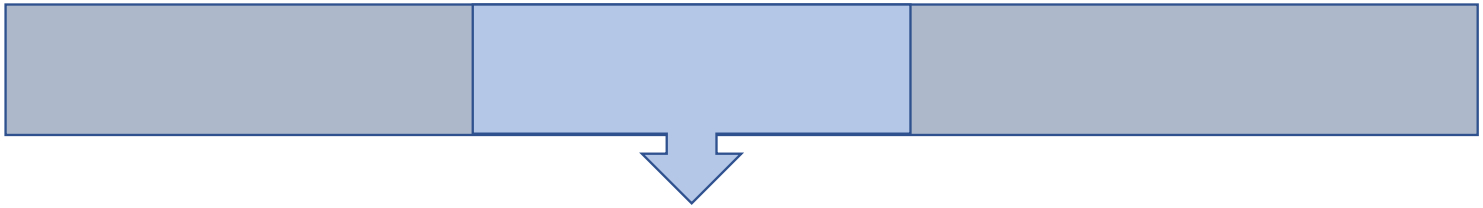
schreiben

Video und Ton "on"

mündlich

Dialog → Interaktiv

Bei Bedarf

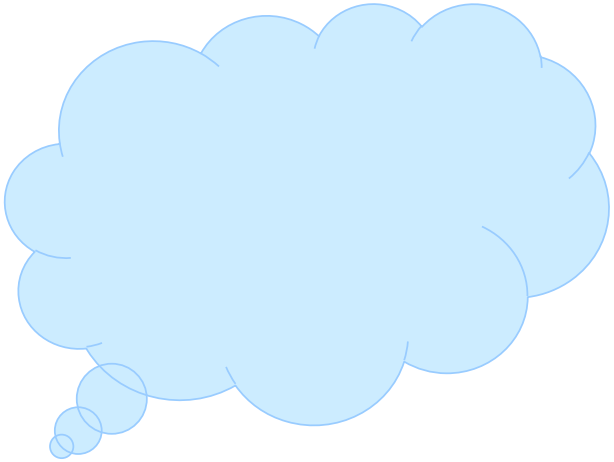


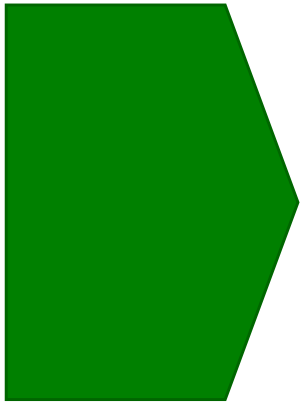
Impulse

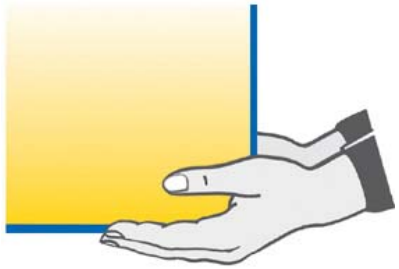
Wählen Sie was passt

Theorie

Praxis







Vorstellung

Vorstellung

- Name
- Hintergrund
- Jahre Erfahrung

Machen Sie sich Notizen

Schreiben Sie Ihren persönlichen Aktionsplan

Was man schriftlich hat …

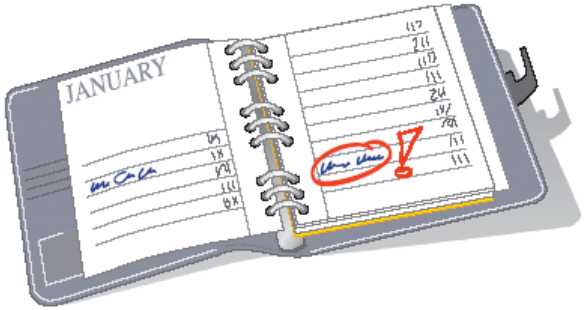
Machen Sie sich Notizen

Schreiben Sie Ihren persönlichen Aktionsplan

Was man schriftlich hat …

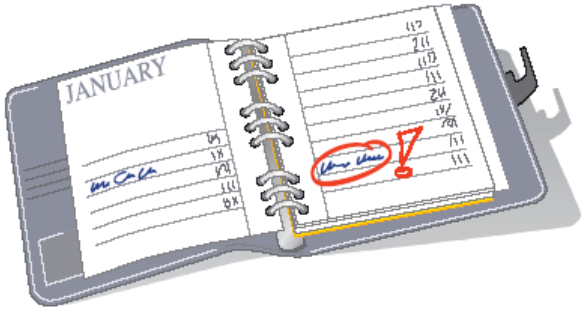
wird man eher realisieren

Persönliche Erfahrung



Altes Notizbuch

Persönliche Erfahrung



Altes Notizbuch

Viele der aufgeschrieben Aktions-punkte waren Realität geworden.

"Worte bringen dich weiter"

Ihre innere Einstellung

"Often our mindset prevents us from being succesful"

…

Einstellung → Sprache → Verhalten → Ergebnisse

Branche

Overthinking Underdoing

Es lassen sich immer 1000 gute Gründe zum ***Nicht-***Handeln finden …

?

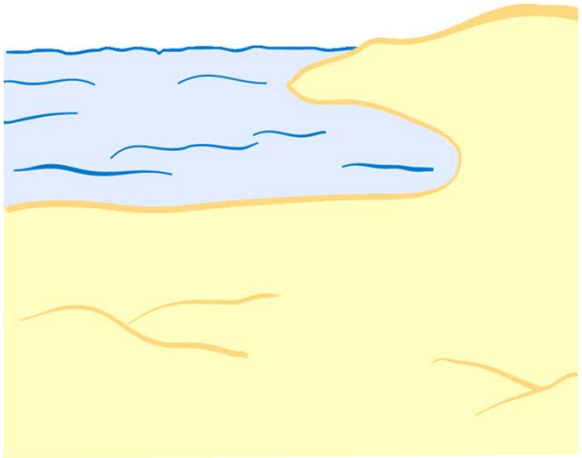
- Bedenken wegen Interpretation von HWG, Compliance …
- Angst vor Zurückweisung
- "Keine Zeit"

Entscheidend

Sichtbarkeit und Relevanz in der Wahrnehmung der Zielgruppe

Ansonsten: …

Wird man Sie vergessen



Um den therapeutischen Fortschritt sichtbar zu machen,

muss man sichtbar sein …

... es würde an unterlassene Hilfeleistung grenzen, wenn Sie das nicht effektiv täten und weniger gute Therapie-Optionen zum Einsatz kämen.

Selbstverständnis ← Innerer Dialog

Die Geschichten, die wir uns selbst erzählen:

Ein Vergleich (der natürlich hinkt) über die handelnden Personen und das Setting

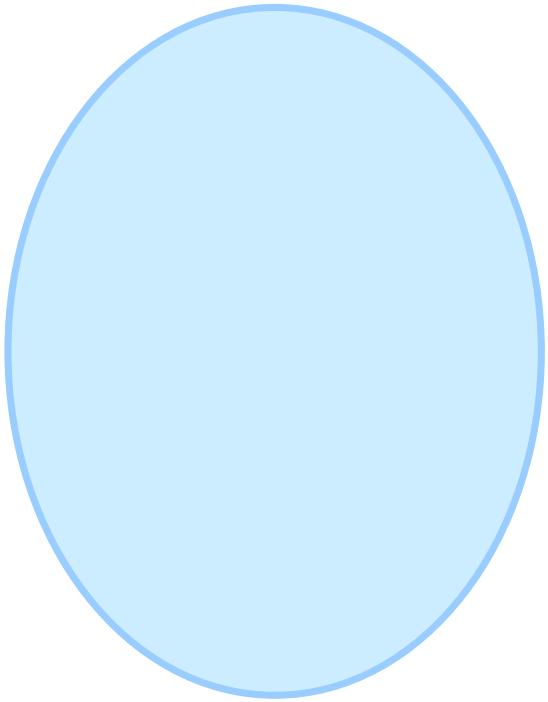
Sie: Drehbuchautor und Kommunikator
für wissenschaftliche Aspekte im jeweiligen
Therapiegebiet in Ihrer Region

Experten: Hauptdarsteller, Kooperationspartner

Bühne: Praxen, Kliniken, Krankenhäuser,
Konferenzräume, Kongresszentren ..
- aktuell im Homeoffice am Computer …

Firma: Daten, Unterlagen, Ressourcen …

Perspektive



Ihr Erfolg

Nächste Level

Potenzial

Erfolgsrezept

Es kommt nicht darauf an, was Sie wissen, sondern wie effektiv Sie es **verwirklichen**

…

Oh, weiß ich ⇨ OK, mach ich

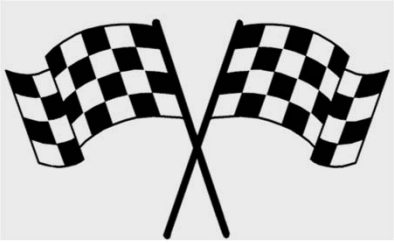
Tipps

Ziel

Goal

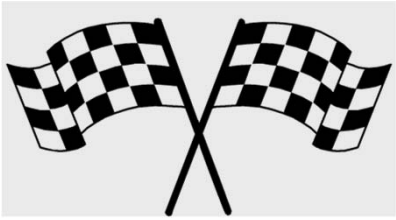
Objective

Mission



Wir kommunizieren ausgewogene und aktuelle Informationen zu Medikamenten

….



…

so dass HCPs für ihre Patienten die jeweils beste Option wählen können, wobei das Unternehmen als Partner und die Medikamente als Teil der Lösung für die jeweils relevanten medizinischen Fragen anerkannt wird.

… und dies im Rahmen einer langfristigen vertrauensvollen Zusammenarbeit …

Nicht die Firma, *nicht* die Daten, *nicht* die SOPs, sondern …

der HCP im Mittelpunkt

Kompakt

Wir helfen HCPs, besser fundierte Therapieentscheidungen zu treffen …

Informationen in übersichtlicher und prägnanter Weise vermitteln …

Warum Kooperation mit Experten?

Das volle medizinische und wirtschaftliche Potenzial von Produkten zu verwirklichen

Die Wahrnehmung zählt ...

Vertriebs- vs Medical Science Liaison

"Verkauf" von Marken

Medizinisch-wissenschaftliche Diskussion über Vor- und Nachteile von Wirkstoffen

Umsatz

Jede Minute Kontakt (vor Ort, digital)
stärkt die Beziehung

Austauschbaren
"Commodity-MSL bzw. MSR" →

Geschätzten Gesprächspartner
mit persönlicher Beziehung

Ich bin ***nur*** auf der wissen-
schaftlichen Schiene tätig

?

… sollte man weiter fassen

MSLs, die meinen, dass sie nur wissenschaftliche Daten **präsentieren** sollen …

… werden ihr volles Potenzial **nie** ausschöpfen (und auch das ihrer Firma nicht…

Meine Meinung

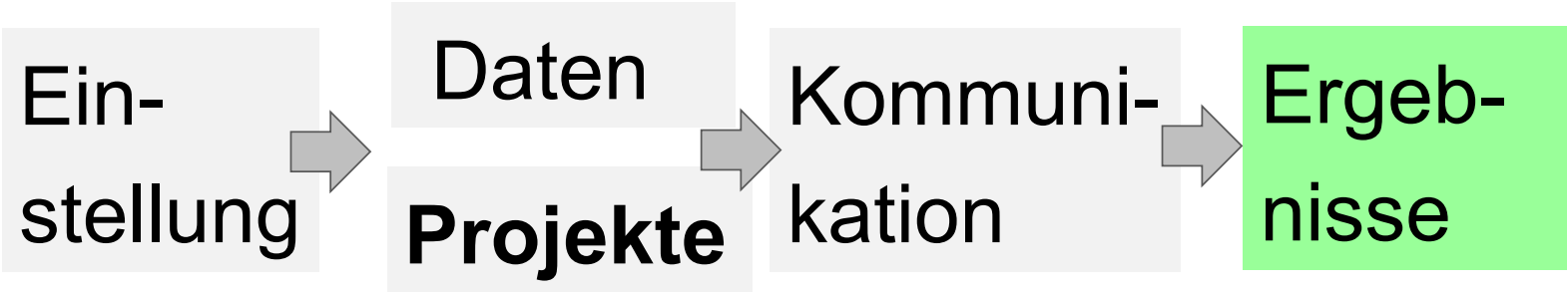
MSLs sollten ihren Wert **jenseits** der reinen Vermittlung wissen-schaftlicher Daten deutlich machen

…

Raus der "Vergleichbarkeits-Falle"

Jenseits von Content

Etwas bewirken


Ein-
stellung
Daten
Projekte
Kommuni-
kation
Ergeb-
nisse

"Impact"

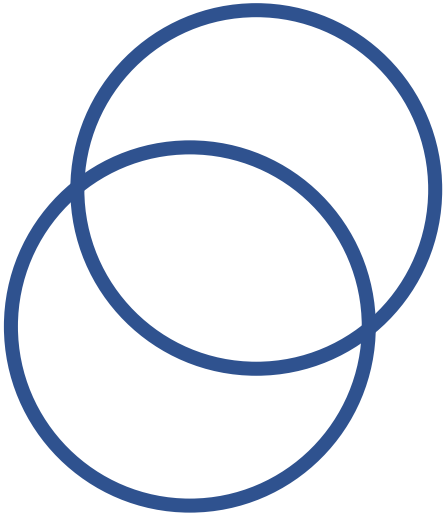
Der Vorteil

Wenn ein Experte mit **Ihren** Projekten beschäftigt ist, hat er automatisch weniger Zeit für die Mitbewerber …

Wir arbeiten ***nicht***

in einem Vakuum

Die Kunst …



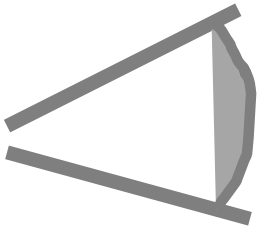
… eine gemeinsame
Schnittmenge zu finden …

Anlass- und projekt-
bezogen denken

... Schaffen Sie Kooperationsformen
bzw. gemeinsame Projekte

... und zwar primär auf Gebieten,
in denen Sie helfen können

Motive / Bedarf

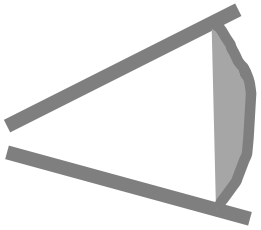


Offizielle Ziele

Persön-liche Ziele

...

Motive / Bedarf



Offizielle Ziele

Tiefe

"Schmerz dahinter"

...

Wahrgenommener Nutzen I

Offiziell

- Neuigkeiten
- Kooperationen
- Bessere Therapie
  - Effektiver
  - Verträglicher
  - Einfacher
  - Höhere Compliance
- Weniger Komplikationen

Aktuelle Daten

Ein MSL weiß mehr über das therapeutische Prinzip als viele Experten

Wahrgenommener Nutzen II

Persönlich-emotional

"wahre Motive", "wirkliche Entscheidungsgründe"

- Persönliche Anerkennung
- Karriere / Laufbahn
- Profil bei Kollegen / Zuweisern
- Abwechslung
- Freie Zeit
- Sicherheit
- Geldwerte Vorteile

Hilfreich, wenn Sie

- offizielle

und

- persönliche

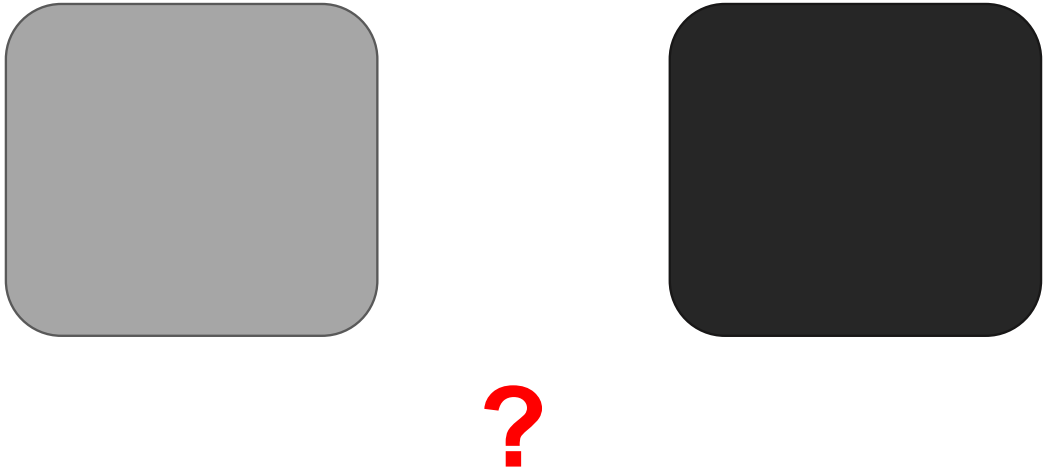
Motive bedienen.

Woran erkennen Sie gute Arbeit?

Woran messen Sie Fortschritte?

"Stimmt der Kurs?"

"Alle sind irgendwie beschäftigt"



Input

Gefahrene km

Gearbeitete Stunden

Geschriebene Pläne

Wenig hilfreich

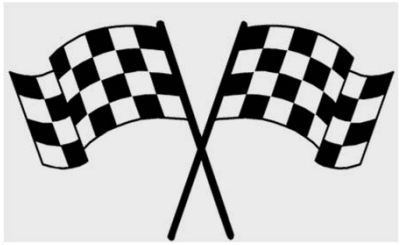
Effektivität abschätzen durch

Leistungskenngrößen

Key Performance Indicators (KPIs)

Desired Key Results

Erfolgskriterien



Erfolgskriterien: Eher <u>Qualitativ</u> (Optionen)

A

Positiver Feedback von intern und extern

Erfolgskriterien: Eher Qualitativ (Optionen)

A

Positiver Feedback von intern und extern

Emails und Anfragen werden von Experten beantwortet

(gute Vernetzung und gute Beziehungen)

Erfolgskriterien: Eher Qualitativ (Optionen)

A

Positiver Feedback von intern und extern

Emails und Anfragen werden von Experten beantwortet

(gute Vernetzung und gute Beziehungen)

Liste mit __ neuen erfolgversprechenden Experten

Liste mit __ bisherigen Experten, die wegfallen

Erfolgskriterien: Eher Qualitativ (Optionen)

A

Positiver Feedback von intern und extern

Emails und Anfragen werden von Experten beantwortet

(gute Vernetzung und gute Beziehungen)

Liste mit __ neuen erfolgversprechenden Experten

Liste mit __ bisherigen Experten, die wegfallen können

Liste mit geplanten Aktionen für __ wichtige Experten

("Stakeholder Engagement Plan")

Erfolgskriterien: Eher Qualitativ (Optionen)

A

Positiver Feedback von intern und extern

Emails und Anfragen werden von Experten beantwortet

(gute Vernetzung, gute Beziehungen, guter Draht*)

Liste mit __ neuen erfolgversprechenden Experten

Liste mit __ bisherigen Experten, die wegfallen können

Liste mit geplanten Aktionen für __ wichtige Experten

("Stakeholder Engagement Plan")

Mindestens eine Idee zu neuen Kooperationsprojekten

Mindestens ein neues Projekt tatsächlich gestartet

"Kurzer Draht" ?

Besteht ein Vertrauensverhältnis, so dass ich den KOL anrufen kann und schnell eine ehrliche Antwort bekomme?

Erfolgskriterien: <u>Pro Zeiteinheit</u> (Option):

B

Zahl der

persönlichen Gespräche / Interaktionen mit Experten:

Werden Kontakte gepflegt und wird der Dialog aufrecht erhalten?

Erfolgskriterien: Pro Zeiteinheit (Option):

B

Zahl der

persönlichen Gespräche / Interaktionen mit Experten:

Werden Kontakte gepflegt und wird der Dialog aufrecht erhalten?

- personalisierten Follow-up-Emails

Erfolgskriterien: Pro Zeiteinheit (Option):

B

Zahl der

persönlichen Gespräche / Interaktionen mit Experten:

Werden Kontakte gepflegt und wird der Dialog aufrecht erhalten?

- personalisierten Follow-up-Emails
- Experten bei Veranstaltungen

(Digitale Meetings, z. B. Webinare, Vor-Ort-Veranstaltungen

Advisory Boards / andere Events)

Erfolgskriterien: Pro Zeiteinheit (Option):

B

Zahl der

persönlichen Gespräche / Interaktionen mit Experten:

Werden Kontakte gepflegt und wird der Dialog aufrecht erhalten?

- personalisierten Follow-up-Emails
- Experten bei Veranstaltungen

  (Digitale Meetings, z. B. Webinare, Vor-Ort-Veranstaltungen

  Advisory Boards / andere Events)
- Experten-Präsentationen zu relevanten Themen
- Experten-Chairman-Tätigkeiten zu relevanten Themen

Erfolgskriterien: Zusätzliche Optionen

C

- Online-Verlinkungen zu Experten auf XING oder Linkedin

Erfolgskriterien: Zusätzliche Optionen

C

- Online-Verlinkungen zu Experten auf XING oder Linkedin
- Support für Studien (speziell Rekrutierung von Patienten)

Erfolgskriterien: Zusätzliche Optionen

C

- Online-Verlinkungen zu Experten auf XING oder Linkedin
- Support für Studien (speziell Rekrutierung von Patienten)
- Eigene Tätigkeit als Moderator bei Workshops
- Selber gehaltene Präsentationen (die angefragt wurden)

Erfolgskriterien: Zusätzliche Optionen

C

- Online-Verlinkungen zu Experten auf XING oder Linkedin
- Support für Studien (speziell Rekrutierung von Patienten)
- Eigene Tätigkeit als Moderator bei Workshops
- Selber gehaltene Präsentationen (die angefragt wurden)
- Zahl der Experten als Mitautor einer neuen Publikation

Erfolgskriterien: Zusätzliche Optionen

C

- Online-Verlinkungen zu Experten auf XING oder Linkedin
- Support für Studien (speziell Rekrutierung von Patienten)
- Eigene Tätigkeit als Moderator bei Workshops
- Selber gehaltene Präsentationen (die angefragt wurden)
- Zahl der Experten als Mitautor einer neuen Publikation
- Videos, in denen Experten zu relevanten Themen mitwirkten (z.B. Online-Interviews)

Erfolgskriterien: Zusätzliche Optionen

C

- Online-Verlinkungen zu Experten auf XING oder Linkedin
- Support für Studien (speziell Rekrutierung von Patienten)
- Eigene Tätigkeit als Moderator bei Workshops
- Selber gehaltene Präsentationen (die angefragt wurden)
- Zahl der Experten als Mitautor einer neuen Publikation
- Videos, in denen Experten zu relevanten Themen mitwirkten (z.B. Online-Interviews)
- Liste von Experten, die bei Kontroversen bereit sind, ausgewogene Darstellungen zu geben ("Issue Management")

Die richtige Balance finden

Expertenselektion: Screening, Auswahl und Wechsel von Experten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Prioritäten-orientiertes Engagement

Je besser Sie in der Auswahl Ihrer Kooperationspartner sind, umso eher können Sie in vielen anderen Aspekten *sub*optimal sein.

Relative Relevanz Ihrer Zielgruppen

Beitrag als Entscheider oder Beeinflusser

Arzt	Apotheker	Manager	Patient
___%	___%	___%	___%

Kranken-schwester	Influencer	….	
___%	___%	___%	___%

Muster-Berufsordnung Ärzte (MBO-Ä)

Ärzte dürfen ***keine*** Werbung für Produkte machen
(sie dürfen den wissenschaftlichen Austausch fördern)

Chemiker, Biologen, Ökotrophologen,
Heilpraktiker und ähnliche Heilberufler
haben keine derartige MBO

Alle unterliegen dem HWG

Ärztliche Zusatz-Bezeichnungen

Beispiel

Für Phytopharmaka

Naturheilverfahren (8500)

- …

- Palliativmedizin
- spezielle Schmerztherapie
- …

Datenbank gratis auf www.schwarzeck.de

Entscheidend: Selektion der KOLs

"Targeting"

- Screenen
- Identifizieren
- Kooperieren
- Re-evaluieren

Wie wähle ich einen SL aus

?

Auswahlkriterien

- Teilnahme an klinischen Studien (Clinical Investigator)
- Zahl und Relevanz der Publikationen (Autor)
- Mitglied in Fachgesellschaften (evtl im Vorstand)
- Zahl und Relevanz der Vorträge (Speaker)
- Chairperson bei Kongressen, Workshops …
- Mitglied in Gremien und Kommissionen
- Mitentwickler von Guidelines, Leitlinien …

….

Manchmal: "Tandem"

Experte **A** aus dem akademischen Umfeld:
"Neue Daten, aktuelle Leitlinien"

Experte **B** aus der Praxis:
"Was bedeutet das für uns
Niedergelassene?

Persönliche Aspekte *"Soft Skills"*

1) Kann er/sie gut (und kurzweilig) präsentieren?

2) Kann er gut zuhören?

3) Kommt er als Mensch bei Zuhörern an?

4) Ist er einer Kooperation zugeneigt?

5) Geschätztes Entwicklungspotential

6) Advokat des therapeutischen Prinzips?

Vor und Nachbereitung einer Interaktion mit Experten

Fachliches

- Gut informiert sein
- Aktuelle Daten kennen
- Themen vergegenwärtigen

Meine Beobachtung:

Meist vorhanden

Zuerst

Stets einen guten Grund

für Kontakt finden

"Dossier-Technik"

Vorher recherchieren und etwas herausfinden, was von Interesse für die Zielperson ist …

← Informationsquellen gezielt nutzen

Anlass finden im vorhergehenden Kontakt:

An <u>Notizen</u> zum Thema anknüpfen

Bei unserem letzten Gespräch äußerten
Sie ja Interesse an …

Bei unserem letzten Gespräch in bei …
schien ja … besonders relevant für Sie zu sein.
Dazu gibt es jetzt aktuell …

Anlass finden in der Person

Hat der Experte gerade

- ein Paper veröffentlicht
- eine neue Position bekommen
- einen Vortrag gehalten (wie gut ist er/sie als Referent?)
  ("Ich habe Ihren ausgezeichneten Vortrag gehört.
  Darf ich daran anknüpfen und eine Frage dazu stellen …")
- …

?

Recherche

- Google Scholar, Google Alert, Google Trends
- XING, Linkedin
- Ihr Netzwerk …

Go online

Anlass finden im wissenschaftlichen Umfeld

In der **aktuellen** Ausgabe der Zeitschrift …

Bei der **diesjährigen** Tagung der DGHO / ESMO / ASCO …
Einige Firmen: Spezielle "Post- … ("*Nachlese*")

Es wurden ja **neue** Guidelines zu … vorgestellt

In Experten-Diskussionen wird der Punkt …
aktuell intensiv diskutiert.

Google:

"neue Trends in der Behandlung von …"

Beispiel für Einstieg

Beste Antidepressiva 2021 - Ergebnisse einer Meta-Studie
https://www.meinwegausderangst.de/beste-antidepressiva/

Anlass finden im Arbeitsumfeld

- Neue Leistungsangebote des Klinik
- Kooperation mit anderem Krankenhaus
- …

?

Recherche

- Klinik-/ Praxis-Webseite
- Ihr Netzwerk …

Anlass finden bei Dritten

"Ich soll Ihnen herzliche Grüße ausrichten von Dr. Peter Maier, der empfohlen hat, Sie anzusprechen …

?

Voraussetzung:
Aktiv nachfragen …

Optionale Formulierungen

Darf ich Sie zu einem speziellen Thema
um Ihre Meinung bitten?

Was mich persönlich erstaunte …

Ein Punkt, der mich überraschte, war …

Ihr Gegenüber → ?

ist geneigt, Ihnen Dinge, die oberflächlich
wenig Sinn ergeben, zu erklären

Das Finden dieser Anlässe

"kann man automatisieren"

Nur teilweise

ist eigene Arbeit …

Personalisieren!

Sie als persönlicher "Brücken-Bauer"

Unternehmen

Experte

Reihenfolge

1) Gute Fragen stellen bzw. Einleitungs-Formulierungen bringen
(Erfordert Geschick und Geduld)

2) Diese als Steilvorlage nutzen,
um zu Ihren Interessen zu navigieren

…

?

Hinlenken zu Ihren Themen

- Das passt gut zu den Erkenntnissen ...
- Lassen Sie mich das ergänzen durch ...
- Was Sie gerade sagen, ist auch dahingehend interessant …

Bedenken eines Teilnehmers

Besteht nicht das Risiko, dass sich der Experte "gestalkt" fühlt?

…

1) Sie nutzen frei verfügbare Informationen

2) Der Experte möchte sichtbar sein

"Game changer"

Oft unterschätzt:

Nachbereitung

… "Follow-up"

"Dinge im Nachgang"

"Hausaufgaben"

"Power up Your Follow-up"

Follow-up: <u>Intern</u>

Wichtige Punkte aus dem Gespräch notieren

Idealerweise → CRM

Gibt es neue Insights?

Erfahrungen mit Kollegen austauschen

Kommunikation mit crossfunktionalen Teams

Follow-up: Extern

Kommunikations-Strang aufrecht erhalten

Fortschritt eventueller Projekte gewährleisten

Wir hatten aber keine Aktion besprochen

TN

?

Meist gibt es irgendwas, was
man andenken oder machen kann,
um Fortschritte zu machen

Auch kleine Schritte zählen

Der Arzt wollte keine weiteren Infos

TN

?

Wie Sie praktisch immer ein "Ja" bekommen

"Wäre es in Ihrem Sinne, wenn ich Ihnen ergänzend …* zusende?"

* Zusatz-Info, Publikation, Slide …

Der Experte machte keine Anstalten in Richtung Kooperation

TN

?

KOL

"Haben Sie vielleicht Anmerkungen oder Ideen, wie man das vertiefen könnte …?"

Pause

KOL

"beispielsweise in Richtung Präsentation, Workshop, Expertenrunde …"

Meine Meinung

Fast jedes Gespräch verdient eine personalisierte Follow-up-Email

Verbindlichkeit

Schaffen Sie stets eine Antwort auf die Frage

"Wie geht es weiter?" …

Konkret: Nächste Schritte …

Eine gesendete Follow-up Email

(verbesserungsfähig)

Sehr geehrter Herr Dr. XYZ,

Vielen Dank für das interessante Gespräch.

Mit freundlichen Grüßen

….

?

→

Follow-up Email: Bessere Optionen

Sie äußerten ja Interesse an weitergehenden…

Wie besprochen, ergänzend anbei … *

* Literatur, Link …

Wie vereinbart, werde ich Sie im Oktober wieder kontaktieren, um …

Beispiel von Ihrer Seite

….

?

Mittelfristig denken

In Gedanken planen Sie die
schon die nächste Interaktion

und die Antwort auf
"Wie und wann bleibe ich in Kontakt?"

Beispiel von Ihrer Seite

….

?

Üben und Ausprobieren

"Buddy" oder Sparringspartner
aus dem Kollegenkreis

Passen Sie alles an

Ihren persönlichen Stil an

<u>Lang</u>fristig denken

Was für ein Projekt könnte daraus resultieren?

Ist mein aktuelles Gegenüber der passende Partner dafür?

Beispiel von Ihrer Seite

….

?

Erfolgsfaktoren

Ihr Langfrist-Ziel im Kopf haben

Gut vorbereiten

Gut fragen

Gut zuhören

Gut nachbereiten

a) Welche strategisch
b) Welche zwei handwerklich
c) Psychologisch am schwierigsten
d) Königsdisziplin

Wie war ich?
Der Arzt hat nicht eine einzige Frage gestellt!

?

Mitarbeiter nach Gespräch mit Experten

Welche (stumme) Frage
möchten Sie "triggern"?

Wie viele Ihrer Mitbewerber …

△ ... machen sich die Mühe

- sich so vorzubereiten
- die Punkte zu sagen
- die Fragen zu stellen
- und dann zu zuhören ?

Gehen Sie die Extra-Meile

Fazit

Jedes Gespräch verdient
ein "Davor" und ein "Danach"

Video

https://www.umbachpartner.com/de/aktuelle-anlaesse-fuer-kontakte-mit-experten-finden

Was Experten von Partnern erwarten

1 Allgemein: Schnell und zuverlässig

2 Inhaltlich: Kompetent und sachverständig

3 Menschlich: Kommunikativ und sympathisch

4 Wirtschaftlich: Materielle Unterstützung

5 Rechtlich: Einwandfrei und umsichtig …

Am häufigsten Anlass zur Beschwerde

?

Zu vermeiden:

"Ich warte noch auf Antwort von …"

"Wurde intern noch nicht freigegeben"

"Ich hatte noch keine Zeit, die Emails zu checken"

"Ich glaube, da ist was gekommen"

"…

"Gesundheitsökonomie"-Experten

AMNOG: Arzneimittelmarkt-Neuordnungsgesetz

Frühe Nutzenbewertung

Vor Launch, speziell für Market Access

- Beratungsgespräche beim GBA
- Versorgungsforschung
- Dossier-Erstellung

Fallstrick der stets gleichen Personen

Es ist einfacher, bequemer und sicherer, mit Personen zu kooperieren, die man kennt und die die Spielregeln kennen.

Aber:
Weniger neuer Ideen und Sichtweisen

➡ "Fundus" oder "Pool" oder "Reservoir" von Experten: "Diversity"

Gründe für Ausschluss

1 Psychisch auffällig ↯

2 Ausschließlich an Geld interessiert

3 Chronisch unzuverlässig

4 Chemie stimmt nicht …

5 …

"You cannot be everyone's darling"

KOL-Datenbank

Internes CRM:
Customer Relationship Management:

"One face to the customer"

In anderen Branchen üblich

Daten?

Effektive Datenbank: Einstellung

Interner Wille zur Kooperation

Teamgeist und ein "Wir-Gefühl"

Interne Datenbank: Felder

Namen: Sekretariat, Mitarbeiter

Therapeutische Gebiete / Interessen

Bisherige und geplante Aktivitäten

Gezahlte Honorare

Gesprächspartner in der Firma (*wer*, wann)

Qualitative Kriterien der Experten

Netzwerkanalyse

Beziehungsgeflechte zwischen den KOLs identifizieren

Wer ist mit wem "verbandelt" oder "verfeindet" ?

"Mapping of KOLS"

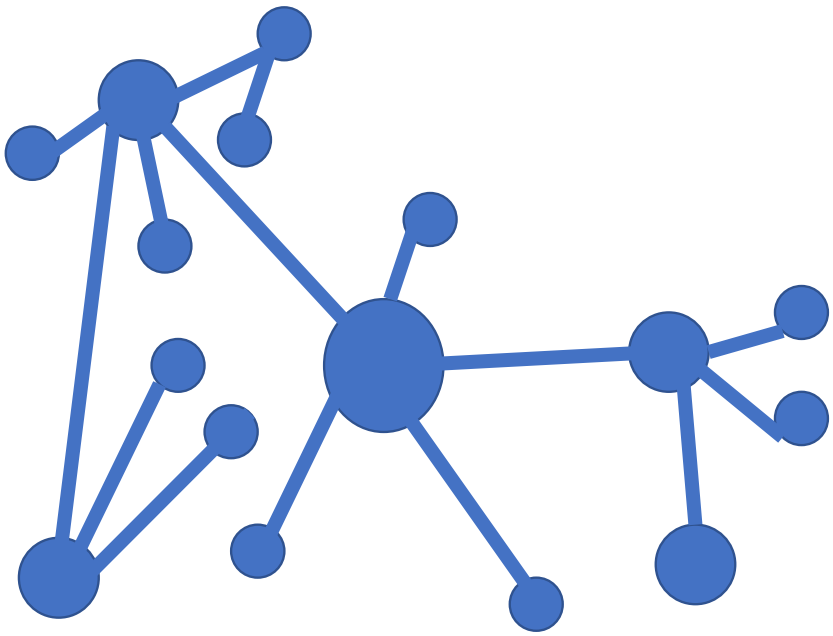
Inhouse or **External** (Outsourcing: Expensive)

Via:

a) Interviews: Peer-to-peer feedback

b) Secondary research: Publications, committee and advisory roles …

Mapping KOL Relationships in a Therapeutic Area



Hypothetical example

Wer ist mit wem "verbandelt" oder "verfeindet" ?

Fokus

Prioritäten setzen

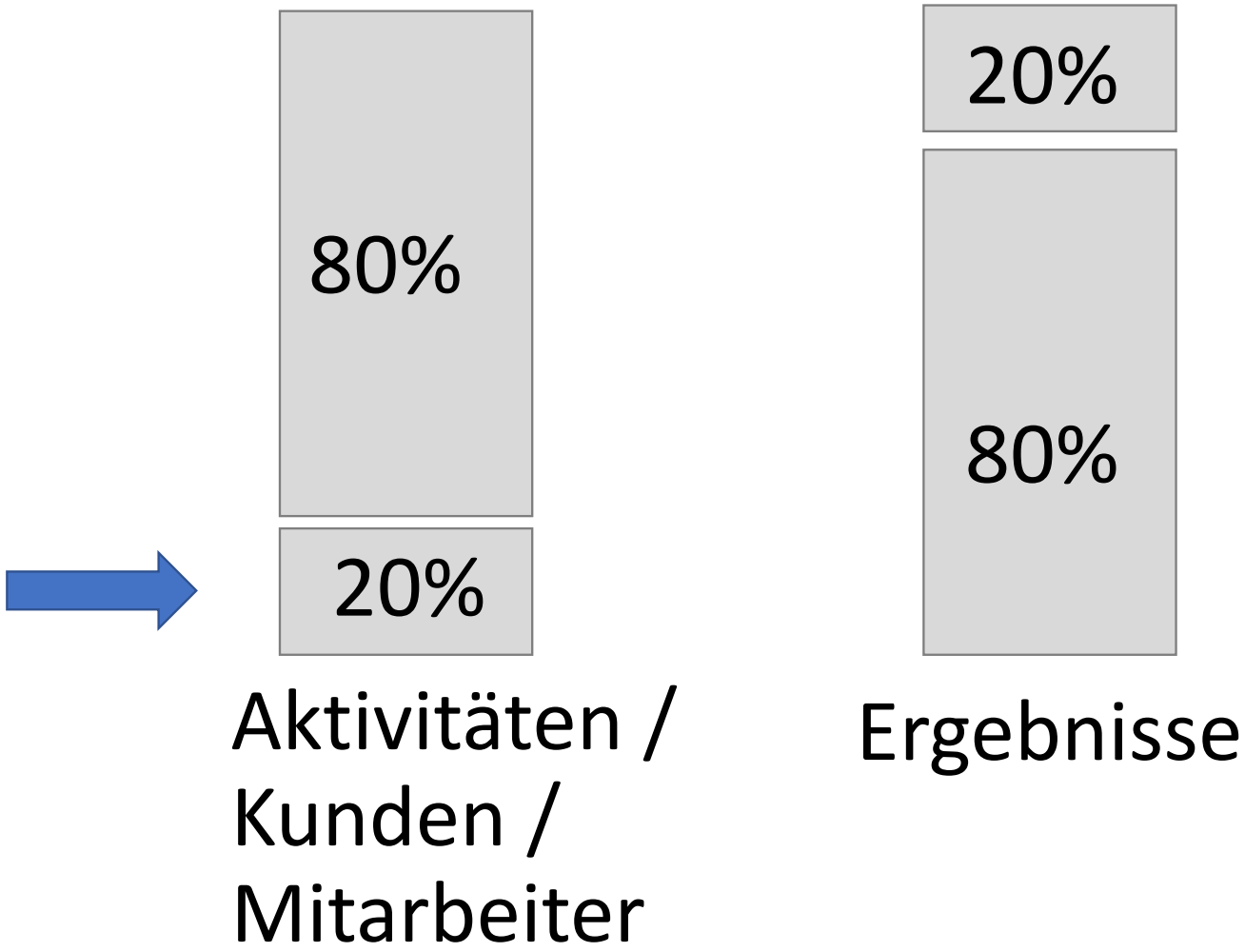
Sich auf das Wesentliche konzentrieren

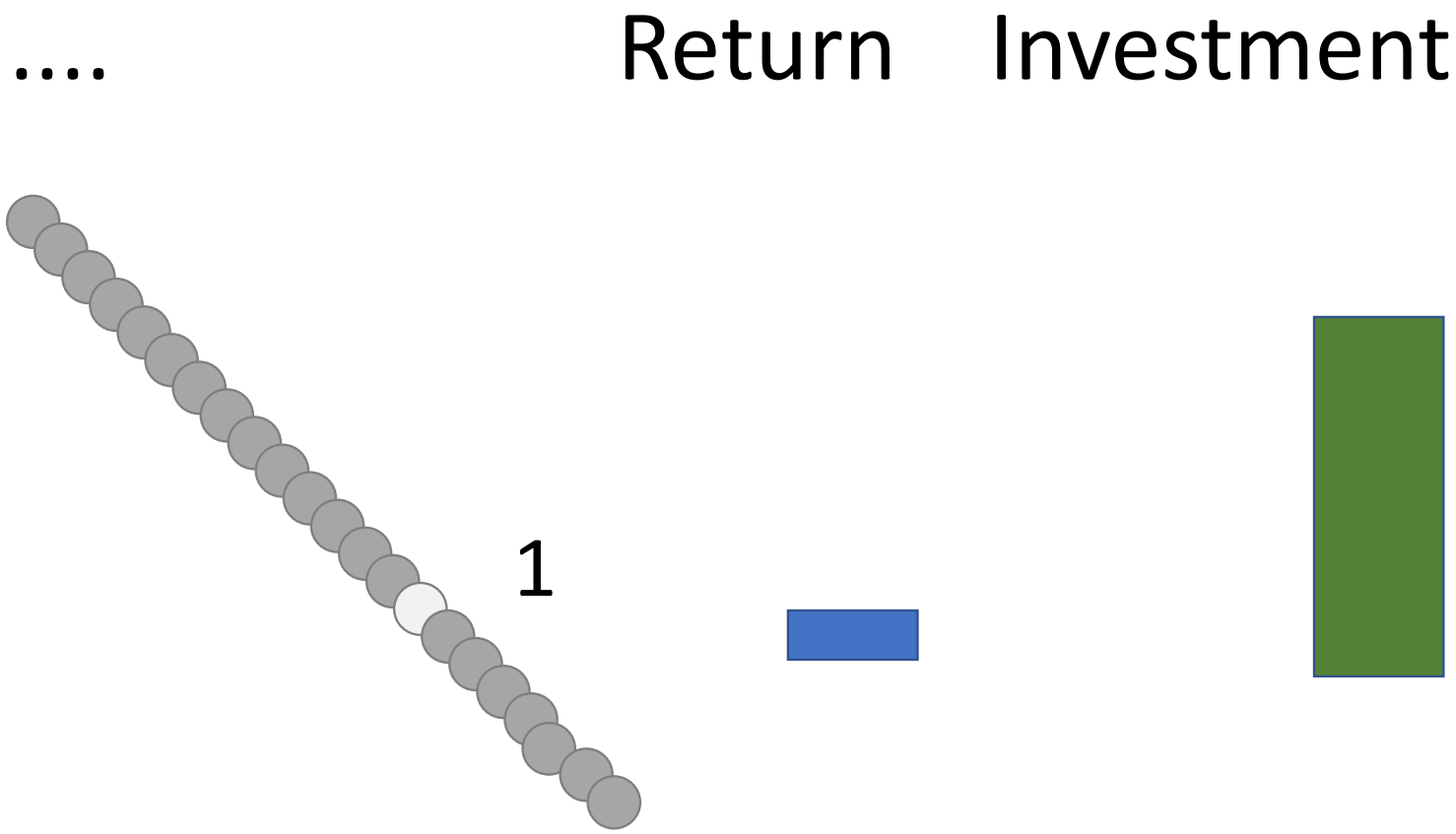
Wie anwenden, so dass ich mich immer mit den relevanten Dingen bzw. Menschen beschäftige? ...

Zeit und Energie intelligent investieren

Zu einigen Dingen
"Nein" sagen *bzw.*
diese delegieren *bzw.*
automatisieren *bzw.*
verschieben ...

Pareto Prinzip





Mit den richtigen Akteuren in Kontakt

Aussortieren

"Das Problem lösen,
indem man sich vom
Problem löst"

Investieren Sie Ihre Zeit
und Energie in die Aktivitäten
und Menschen, die Sie
weiterbringen*

* Sie entscheiden

Eine Perspektive im Kopf haben

…

"Der wahre Preis einer Sache
ist die Menge an Leben,
die man dafür eintauscht"

Henry David Thoreaux

Hinweis

Sie sollten jemand sein,
in den andere Menschen
gerne "investieren" ...

Aufgrund

Ihrer Hilfsbereitschaft

Ihres Know-hows

Ihres Netzwerks

Ihres Einflusses

Besprechen Sie …

regelmäßig …

… welche 1 bis 2 Experten Sie
weniger intensiv betreuen möchten

welche 1 bis 2 Experten Sie
neu an Bord holen möchten

?

Nichts ist unsinniger als Fortschritte dort zu machen, wo es ***nicht*** darauf ankommt:

"Schlechten" Interessenten oder Kunden hinterher zu jagen (unbeabsichtigt oder von der Zentrale vorgegeben) … →

Re-Evaluierung der Experten auf Ihrer Liste

wichtige KOLs
Im Boot haben

When in doubt,
let him/her go

Alte Personaler-Regel

Die richtige Balance finden

Fokus auf die relevanten Experten

Es ist immer leichter, zusätzliche Personen auf eine Liste zu setzen, als welche davon wegzunehmen -

ist aber manchmal unumgänglich.

Denn: Wenn Sie die falschen Personen ansprechen, werden Ihnen gute Daten, Fachkenntnisse und rhetorische Fähigkeiten nicht zum Vorteil gereichen.

Case Study

Wir hatten ein Gespräch mit dem Experten und er zeigte Interesse. Danach haben wir ihn mehrfach kontaktiert (Email, Telefon, Sekretariat), aber er meldet sich nicht.
Was sollen wir bloß tun?

Klient …

?

Fragen, die man stellen sollte

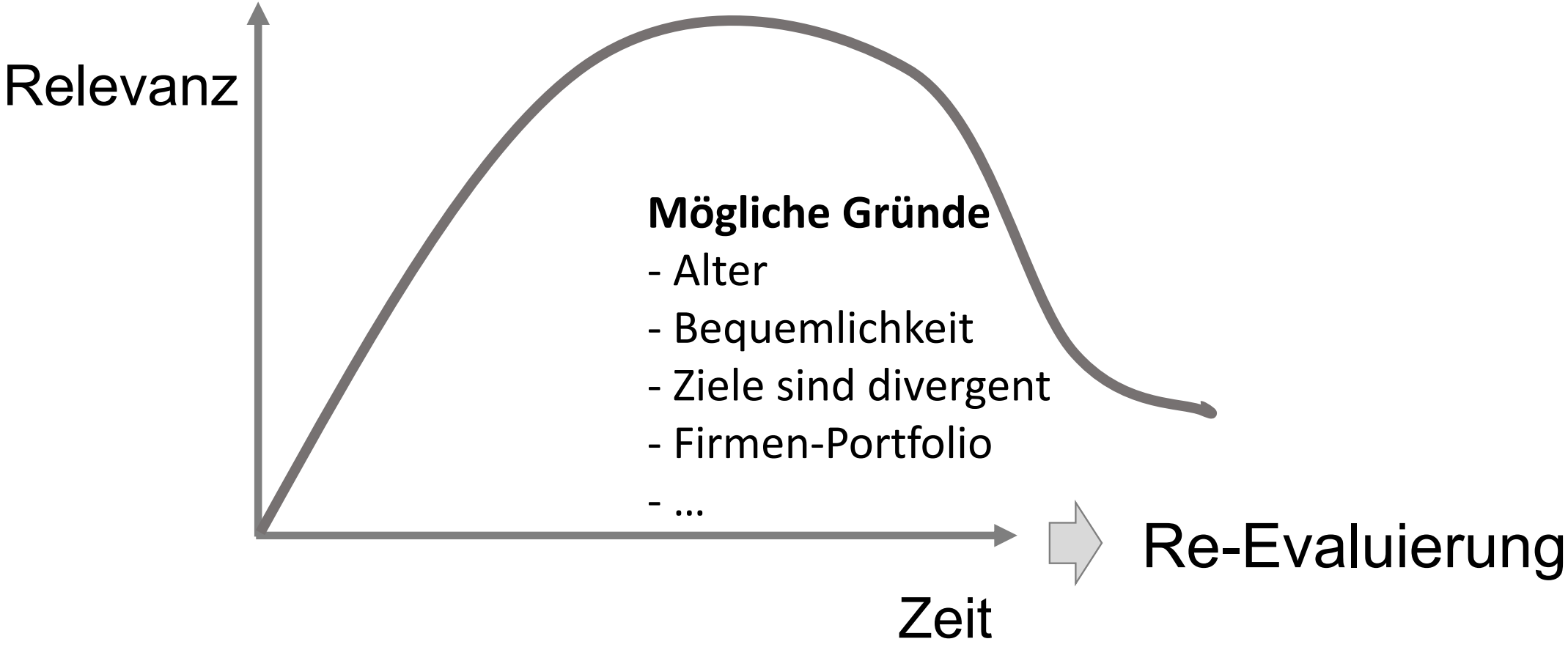
Wie wichtig ist der Experte?

Wie "tickt" der Experte:
Was sind seine Motive?

Haben wir den richtigen "Anlass"
(Aufhänger) gewählt?

Wer in der Firma hat den besten Draht?

Externe Experten: Lebenszyklus



Exit-Strategie im Hinterkopf haben

Verzichten Sie darauf, sich rechtlich langfristig zu binden

Existenzdauer von Advisory Boards und Fachbeiräten limitieren

Gesichtswahrend von Leuten trennen, die sich als unpassend erweisen

Nicht nur die üblichen "Verdächtigen"

Aber Herr Umbach, in unserem Feld ist es anders. Es gibt es 4 bis 5 KOLs, an denen man nicht vorbeikommt

… Jetzt vielleicht nicht. Aber es ist Ihre Aufgabe, in den nächsten 2 - 3 Jahren neue, Ihnen gewogene KOLs mit "aufzubauen"

Wie schaffe ich es,
Beziehungen zu zukünftigen
KOLs zu etablieren?

Indem Sie früh anfangen …

Langfristig denken …

Leicht gesagt ↔ Unternehmensalltag …

Knüpfen Sie Beziehungen zu Menschen,

bevor

diese als wichtig anerkannt werden …

"Nachwuchs" identifizieren

Vielversprechende junge Experten finden

Young Talents

"Potential Thought Leaders"
"Young Lions"
"Emerging Stars"
"Emerging Leaders"
"Rising Stars"

Neue Experten an Bord holen: Stadien

Screening / Scouting in der "Szene" (Kongresse)

Eventuell Chefs fragen

Gruppe von Kandidaten identifizieren

Filtern

Kleines Projekt starten (z.B. Speaker)

Beziehung pflegen

Konstant evaluieren / re-evaluieren

Hilfreich im Vorfeld

Persönlichen Radar anstellen

Eigene Netzwerke konsultieren

Intern: (z.B. Vorgänger, nicht immer möglich)

Nutzen Sie Ihre informellen, cross-funktionalen Verbindungen: Erfahrene Kollegen in Medical, Marketing, Außendienst, …

Extern …

Bleiben Sie unvoreingenommen

Machen Sie sich Ihr **eigenes** Bild

Positionen, Schwerpunkte, etc. ändern sich
"Alles ist im Fluss" …

Lassen Sie sich ***nicht*** durch vorgefasste Meinungen Anderer oder durch gelieferte Daten zu stark beeinflussen →

Worte der Vorsicht

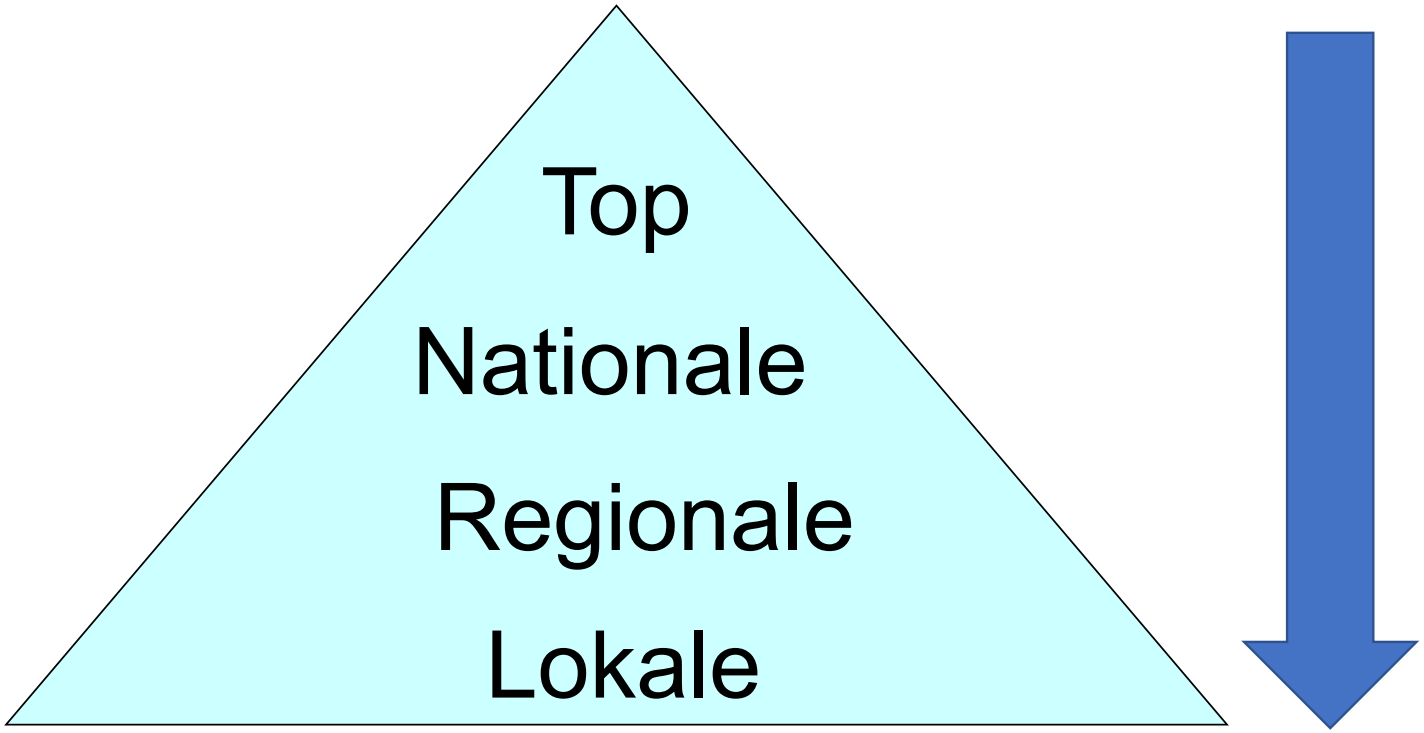
"The majority of KOLs warned against analysing the recipients of ‘young investigator’ and other similar awards, as they said that these recipients rarely went on to become top in their field"

https://pharmaphorum.com/views-and-analysis/identifying-pharma-s-rising-stars/

Geographische Segmentierung von SLs

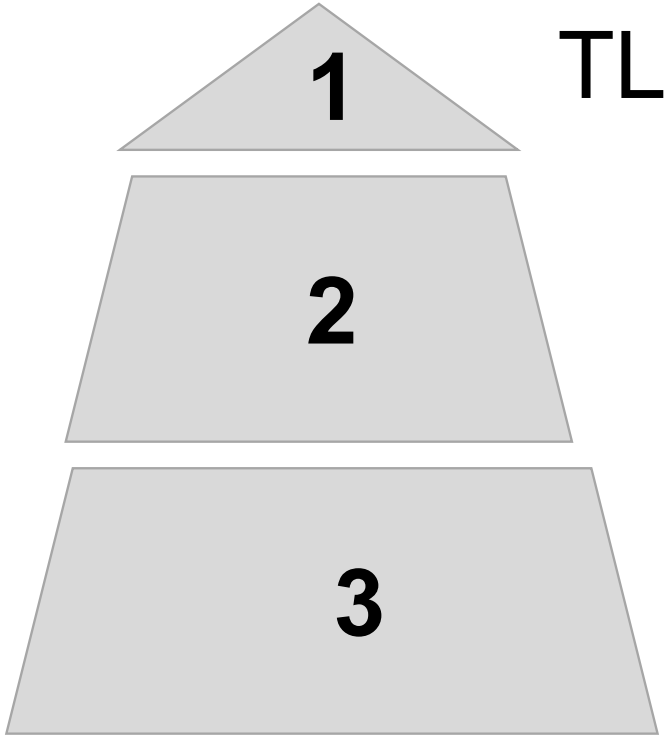
- International
- Europäisch
- National
- Regional / Lokal

Meinungsbildner-Pyramide



Reihenfolge berücksichtigen!

Tier (Etage, Schicht, Rang)



TL with "global influence"

International TL

National TL

Gate Keeper

Hauptansprechpartner oder
"Single Point of Contact" als "Interface"

Solle idealerweise alle Kontakte kanalisieren, koordinieren und harmonisieren sowie für personelle Kontinuität folgen

Stammhaus und Länderorganisationen

Betreuung der Top-Meinungsbildner

Nationale Niederlassungen
"Affiliates", "Operating Societies"

"Headquarters"

Vergütungen

Allgemeines zu Vergütungen

- Genehmigung durch Dienstherrn
- Stimmige Honorare
- Transparenz
- Kodex beachten

Kodex: Honorare

Ärztliche wissenschaftliche oder fachliche Leistungen an die Firma dürfen honoriert werden, wenn ein schriftlicher Vertrag vorliegt und das Honorar in angemessenen Verhältnis steht (also marktüblich ist).

Experten-Honorare

- Beträge variieren stark für Firmen und Länder
- Viele Firmen haben ihre eigenen mathematischen Modelle bzw. Algorithmen (pro Stunde oder Tag)
- Indikationen wie Cardiology, Nephrology, Rheumatology, Pulmonology, Oncology, etc : Niveau hoch

Honorar-Verträge

Verträge zentral erstellen lassen

Hinweis:

Manche Firmen: Kumulierte jährliche Honorar-Obergrenzen einhalten ("annual cap")

Bei ausländischen Referenten deutsches und Sprecherheimatland-Recht einhalten

Zur Orientierung: Tageshonorarsätze

- Assistenzarzt	1000	Euro
- Facharzt, Oberarzt	1000 - 1500	Euro
- Chefarzt, Professor	1500 - 2000	Euro
- Nationaler Experte	1500 - 3000	Euro
- Internationale Experten	3000 - 5000	Euro

- Repräsentative Umfragen sind mir nicht bekannt
- Persönliche Schätzungen aufgrund meiner Erfahrung
- Reduktion bei mehrtägigen Veranstaltungen
- Top-Experten (besonders US) können auch mehr erhalten

Investments verteilen

Besser mit einer ganzen Reihe von Experten kooperieren

Frage an Sie, um Kreativität freizusetzen

Wie könnte ein Projekt aussehen,
in dem der Kooperationspartner
- welche Rolle spielt
- auf welcher Bühne
- und wann?

im Rahmen …

… einer langfristig angelegten

vertrauensvollen Zusammenarbeit

Eingangsformulierung

Beim zweiten oder dritten Besuch

Darf ich mögliche Optionen einer Zusammenarbeit im medizinisch-wissenschaftlichen Bereich beleuchten - **aber nur,** wenn das für Sie wirklich sinnvoll ist.

Pause

Erwartungen abfragen

Wenn Sie an eine Zusammenarbeit mit Pharma-Firmen denken - **so wie Sie es sich wünschen**, worauf würde es Ihnen konkret ankommen?

Kooperationsformen

Kooperationsformen: Beispiele

Erörterung neuer Daten,
speziell von Studienergebnissen

"Standard-Aktivität" in Medical Affairs

Voraussetzung

Vorher recherchieren und herausfinden, was von Interesse für die Zielperson ist …

Kooperationsformen: Beispiel

Visualisierung von Daten:
Slides zur Verfügung stellen

…

Kooperationsformen: Beispiele

Unterstützung von Publikationen:
Vorschläge oder weitergehender Support*

- Abstract
- Original-Artikel
- Editorial oder Kommentar
- Weitere Analysen
- Übersichts-Artikel / Review

* Support durch Medical Writer?

Kooperationsformen: Beispiele

Teilnahme an Workshop oder Experten-Treffen

(lokal / regional / national)

Wer sind die anderen TN?

Kooperationsformen: Beispiele

Support für Fortbildungs-Veranstaltung:

- Krankenhaus-Cafeteria
- Kongress
- Satellitensymposium
- …

Für Speaker / Referent oder Organisation

Digital oder Vor-Ort-Event

Vorträge von KOLs

Die Qualität entscheidet sich
mit der Auswahl des Speakers

"Produktneutrale" Kern-Charts
bereit stellen

Firmen haben differierende Vorstellungen
von "Briefing und Debriefing von KOLs"

Kooperationsformen: Beispiele

Chairman / Wissenschaftlicher Moderator bei Veranstaltung

Kooperationsformen: Beispiele

Advisory Board

Manche Firmen haben spezielle SOP dafür

Advisory Board I

1) Sorgfältige Auswahl
2) Begrenzte Personenzahl
3) Vertrauen
4) Vorbereitung von Meetings
5) Neue Ideen
6) Kontaktpersonen

Details im Newsletter "Erfolgreiche Advisory Boards: 12 Tipps"
http://www.umbachpartner.com/cms/de/rat-ideen-tips/newsletter-archiv.html

Advisory Board II

7) Rechtliches
8) Honorare
9) Follow-up
10) Exit-Strategie
11) Nachwuchs: "Rising Stars"
12) Networking

Details im Newsletter "Erfolgreiche Advisory Boards: 12 Tipps"
http://www.umbachpartner.com/cms/de/rat-ideen-tips/newsletter-archiv.html

Advisory Board: Tipps

Sorgfältige inhaltliche und
organisatorische Vorbereitung

Agenda mit Fragestellungen
im Voraus verschicken

Straffe Moderation durch wohlgesinnten
älteren Experten mit Moderatorqualitäten

Nachbereitung sicherstellen

Kooperationsformen: Beispiele

Consensus Meeting

Kooperationsformen: Beispiele

Support für Studien,

speziell Rekrutierung von Patienten bei NIS

Kooperationsformen: Beispiele

Video-Interview

Beispiel

Video-Interviews online

Nephrology congress and webinars:
Scientific exchange with experts

Empowered by Fresenius Medical Care Deutschland

https://www.nephrologycampus.com

https://www.youtube.com/c/nephrologycampus/videos

→

Neutrale Aufklärung
Statement eines KOL

"Bist du Chris"-Kampagne der Firma Gilead

"Triff die Experten: Prof. Dr. Manns" Vorsitzender der Initiative pro Leber

C4-Professor der Klinik für Gastroenterologie, Hepatologie und Endokrinologie der Medizinischen Hochschule Hannover

https://www.youtube.com/watch?v=dX2uQmRq5yE

Kooperationsformen: Weitere Beispiele

Regionale Arbeitsgruppe

Qualitätszirkel

Advisory Board (siehe Appendix)

…

Digitale Kommunikation,
Emails, Elektronische Plattformen

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Wie gut sind Sie in der "Einbindung digitaler Kanäle" … ?

"Using technology in life science companies to increase the number and quality of interactions with key constituents"

https://www.umbachpartner.com/de/effektive-digitale-strategie-online-erfolgreich

"Digitize or die"

"Du bist auch digital unterwegs

oder

du bist gar ***nicht*** unterwegs"

Übertrieben, aber …

Prinzipielles

√

- Personalisiert*
- Aktueller Anlass*
- Nutzbringend
- Angebot zur Vertiefung
- Nachbereitung (digital oder vor Ort)

* "Personalized content can double conversion rates"
eCommerce Quarterly Report: Consulting firm Monetate

Ein Ziel: Sichtbarkeit

In der ganzen bunten "Social-Media-Welt ?

Nur in einer kleinen Nische (*Szene / Community*) die einige Hundert bis einige Tausend relevante HCPs in einer speziellen Indikation beinhaltet

Prinzipielles

Niedrige Sichtbarkeit oder geringe Erreichbarkeit bei Zielgruppen

→

geringerer Erfolg

Wie gut sind Sie erreichbar?

Anmerkung:

Ein Teilnehmer hatte in seinen Emails nie eine Mobilfunknummer

Ihre Reaktionszeiten *(Response time)*

Wie schnell beantworten Sie
Ihre Voicemails bzw. Emails? … Chat

Kann man auch zu schnell antworten **?**

… Ja

Kontakt: Wie oft?

Hängt davon ab, wie
viel Wert Sie bringen

Digitale Meetings

- Zoom
- MS Teams
- Webex
- Skype
- …

?

Digitale Meetings: Tipps für virtuelle Konferenzen I

Was man bei Vorbereitung und Durchführung beachten sollte

Vorbereitende Besprechung mit allen Referenten

Co-Moderator ernennen, der den Chat auf Wortmeldungen prüft

Gute Technik (Webcam, Mikrophon)

Backup: Zweiter Computer, etc

Zweiter Kommunikationskanal: Smartphone auf stumm geschaltet

Gute Internet-Verbindung

Keine Downloads / Uploads im Hintergrund laufen lassen

Ruhiges Zimmer (ohne Hintergrundgeräusche)

Digitale Meetings: Tipps für virtuelle Konferenzen II

Licht optimieren (kein helles Licht im Hintergrund)

Neutraler Hintergrund (Vorsicht bei virtuellen Hintergründen)

Kleidung: Keine glänzenden Stoffe

Keine Gegenstände, Muster oder Tiere, die ablenken

Kein Stuhl, der zum Wippen des Oberkörpers einlädt

Über dem Kopf sollte eine Handbreit Raum frei sein

Kamera stets auf Augenhöhe platzieren

Immer in die Linse der Kamera schauen

Nicht auf die "TN-Bilderkacheln" auf dem Bildschirm schauen

Digitale Meetings: Tipps für virtuelle Konferenzen III

Hände von der Kamera fernhalten

Durch Mimik, Stimme, Wortwahl Optimismus ausdrücken

Charts mit nur wenig Text bringen

Auf kurze, prägnante Beiträge achten

Fünf Minuten vor offiziellem Beginn einloggen

Kurze wahre Geschichten erzählen

Rechtzeitig Pausen einlegen

Das Meeting möglichst interaktiv gestalten

Digitale Meetings: Tipps für virtuelle Konferenzen IV

TN sollten sich mit Klarnamen einloggen

TN mit Namen ansprechen

TN um Fragen und Ergänzungen mündlich bitten

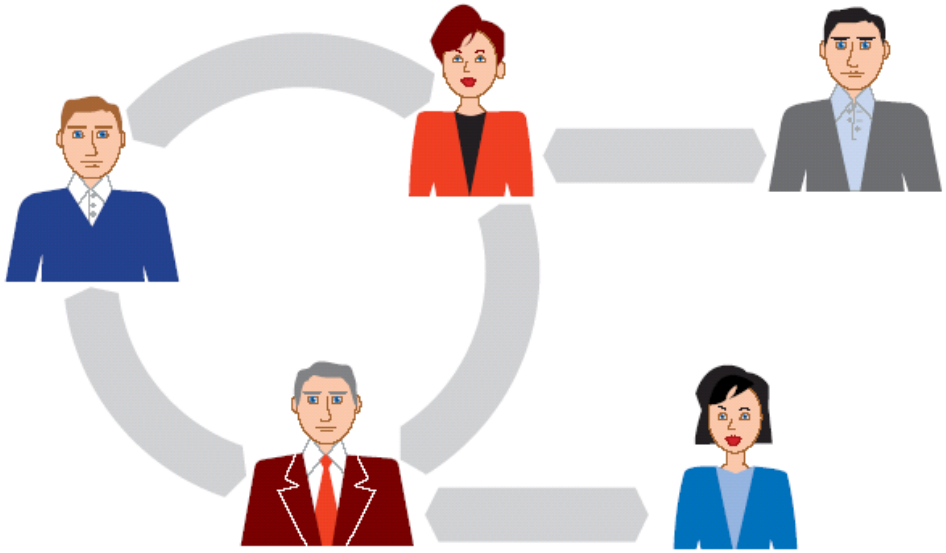
TN um Kommentare im Chat bitten

Sonst: Selbst rhetorische Fragen stellen

Pausen ankündigen und Zeitplan einhalten

Üben: Eigenen Beitrag vorher aufzeichnen und anschauen

Ihr Beziehungs-Geflecht



"The larger your network,
the greater your net worth"

Online Business Plattformen

Wie viele Kontakte haben Sie?

Tipps für gute Profile …

www.umbachpartner.com/de/tipps-fuer-ein-gutes-xing-profil

Hat der (potenzielle) Gesprächs-Partner

Account / Profil … ?

Follow

anschauen

anschauen

DOL (USA)
Digital
Opinion
Leader

Beispiel

Prof. Dr. med. Hermann Einsele, Würzburg
Vorsitzender der DGHO

32 connections

32 Following
414 Followers

… Check

Beispiel

Professor Andreas Meyer-Lindenberg

Chairman, Central Institute of Mental Health, University of Heidelberg

2nd degree connection

Günter Umbach - 7 mutual connections:

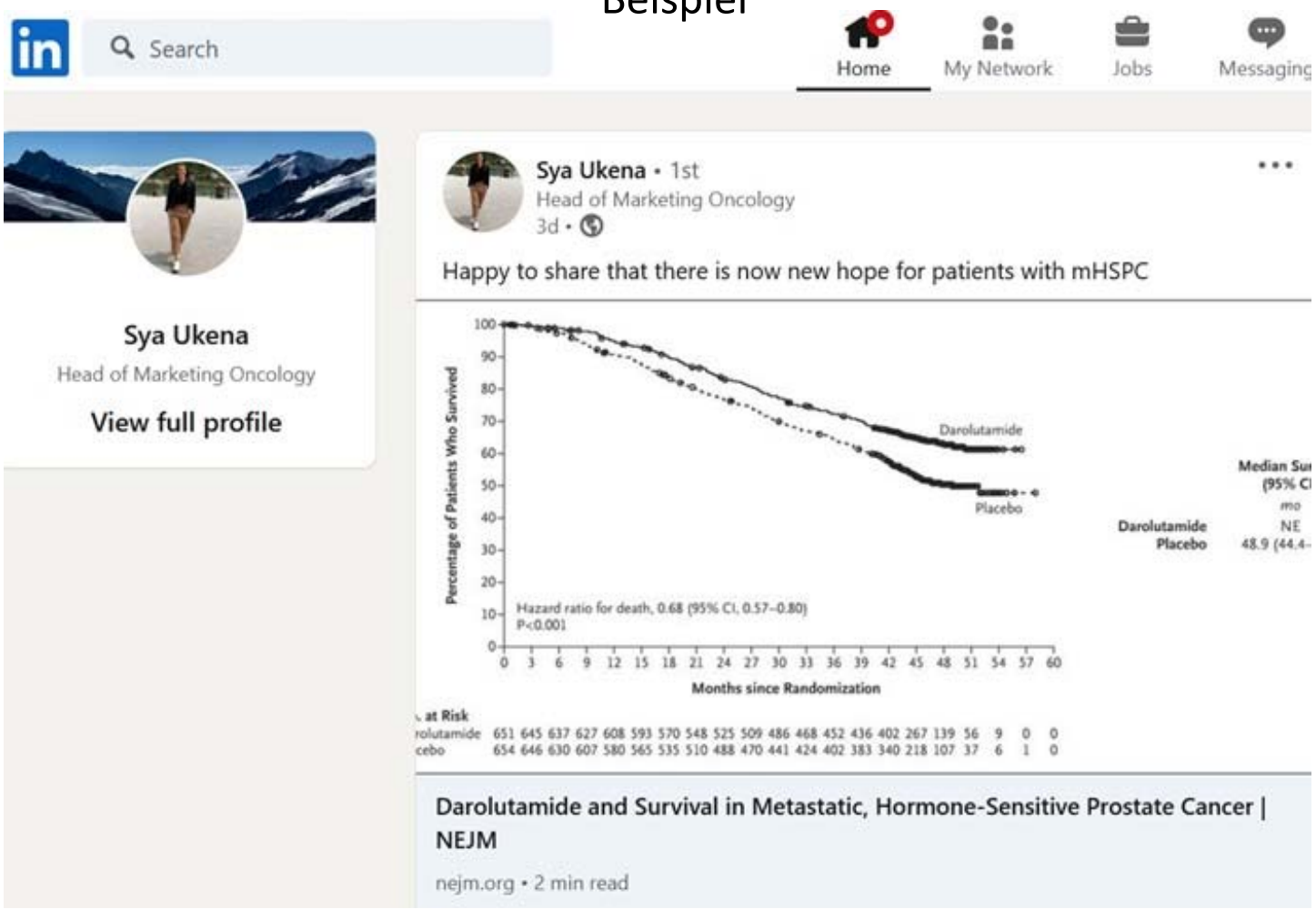
Zentralinstitut für Seelische Gesundheit

ZI-Direktor Andreas Meyer-Lindenberg im Interview

9. Feb. 2021 „Die Pandemie beeinträchtigt die psychische Gesundheit bestimmter Personengruppen“:

https://www.laborjournal.de/rubric/hintergrund/hg/hg_21_01_02.php

Beispiel



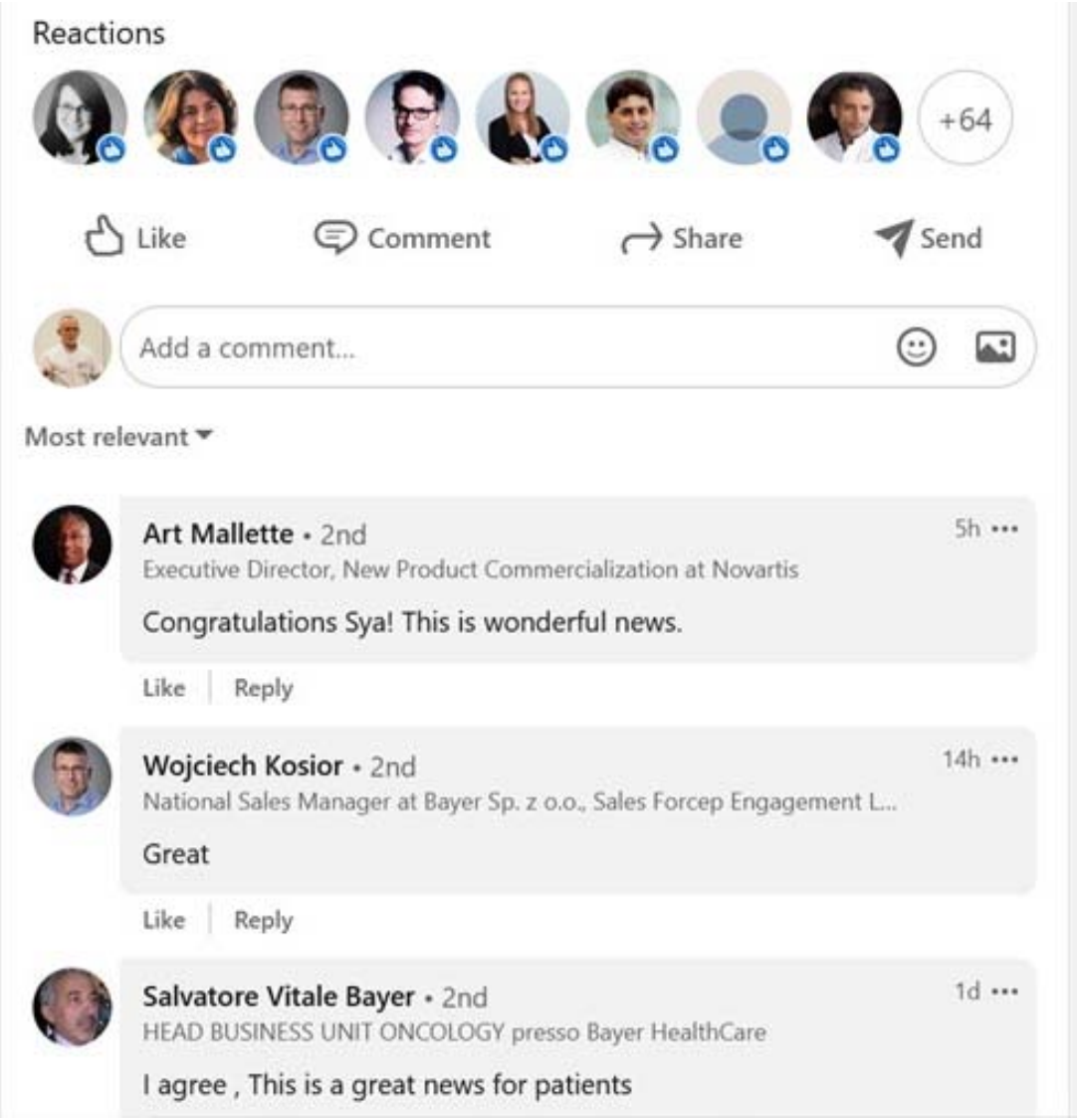
Post by Sya Ukena, Head of Marketing Oncology, Bayer

500+ connections 1st degree connection

Beispiel

Reactions to post

From Sya Ukena



Nach Gespräch …

Virtuelle Kontakte knüpfen …

Fragen: Verlinken?

Mitglied in Communities werden

MSL-NETZWERK.COM
für Medical Science
Liaison Professionals

MSL-Netzwerk
100

Medical Advisor / MSL Gruppe
550

Medical Advisor / MSL Group
600

Experten: Deren digitale Präsenz als Anlass nutzen

Beispiel

- Klinik-Webseite
- Google
- …

Beispiel

Video-Interviews online

Nephrology congress and webinars:
Scientific exchange with experts

Empowered by Fresenius Medical Care Deutschland

https://www.nephrologycampus.com

https://www.youtube.com/c/nephrologycampus/videos

→

Aufklärungs-Websites "Educational"

Für die im Hintergrund immer

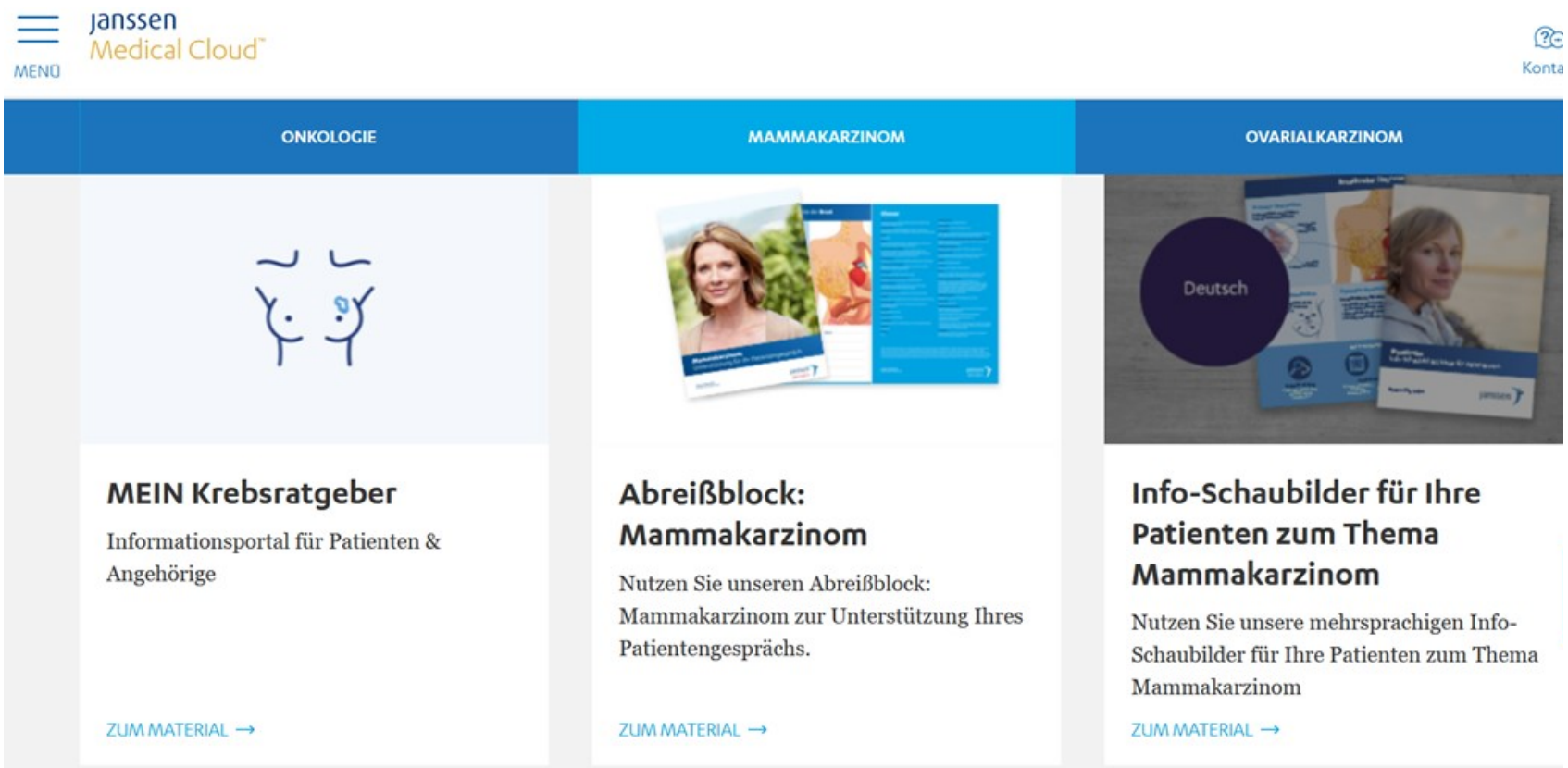
Experten gebraucht werden:

- Beratung
- Fachbeirat
- ….

Beispiel

Patienten-Support

Website von Janssen Medical Cloud



Zwei+ Leben und Lieben mit HIV

André und Fabian erzählen in ihrem Podcast Zwei+ von ihrem Leben als serodifferentes Paar. Erfahre hier mehr.

https://www.nochvielvor.de/podcast

eine Website von Gilead

Ernüchternd XING / Linkedin

Manche MSLs haben
kein oder kein gutes Profil

Beispiel

Zwei Jahre nach meinem Tipp
hatte der Teilnehmer kein Profil

www.umbachpartner.com/de/tipps-fuer-ein-gutes-xing-profil

Die Kontakte Ihrer Kontakte

Wenn Sie jemanden kennenlernen möchten, der über firmeninterne Verbindungen nicht erreichbar ist

Ich habe gesehen, dass Sie ABC kennen: Darf ich Ihren Namen nennen?

Netzwerke: Gruppen

MSL-NETZWERK.COM
für Medical Science
Liaison Professionals

MSL-Netzwerk
> 100 Mitglieder

MA/MSL-Gruppe
500 Mitglieder

MA/MSL Group
600 Members

Alle gratis

Allerdings …

Viel Zeit in Social Media investieren
ist *kein* Garant für Erfolg

sondern …

Den Menschen im Netzwerk …

Nutzen bringen …

Wertvolle Informationen liefern -

ohne aufdringlich zu sein …

Sichtbarkeit und Relevanz

Ein bewährter Kanal:

Email

Beispiel für Einleitung bei **Follow-up-Email**

Bei unserem Gespräch äußerten Sie ja Interesse an weitergehenden…

Ergänzend dazu anbei …

Wie besprochen, habe ich Ihnen geschickt …

Sie wollten ja überlegen, inwieweit …

Verbindlichkeit

Schaffen Sie dabei stets eine Antwort auf die Frage

"Wie geht es weiter?" …

Funktioniert das immer?

Nein, oft erhalten Sie keine Reaktion

Wir alle müssen mit Ablehnung leben.

Sometimes you will be rejected

https://www.umbachpartner.com/de/kundenkontakt-in-corona-zeiten-welche-wege

Follow-up-Email zur Follow-up-Email

Wenn keine Antwort: … Nachfassen / nachhaken

Alte Email nehmen → "Weiterleitungs-Modus"

Alle uralten Textpassagen löschen

Ergänzend zu unserem Gespräch anbei …
Bei Fragen können Sie mich gerne kontaktieren

→ Senden

Wie oft? … … Ich: Etwa 2 bis 3 Mal

http://www.effektive-newsletter.de/

"Abschluss"-Follow-up-Email

Wie bereits auf Ihre Voicemail gesprochen:
Auch wenn wir vielleicht nicht zusammenarbeiten,
würde es mich freuen, wenn wir in Kontakt blieben.
Bei Fragen können Sie mich gerne kontaktieren.

? …

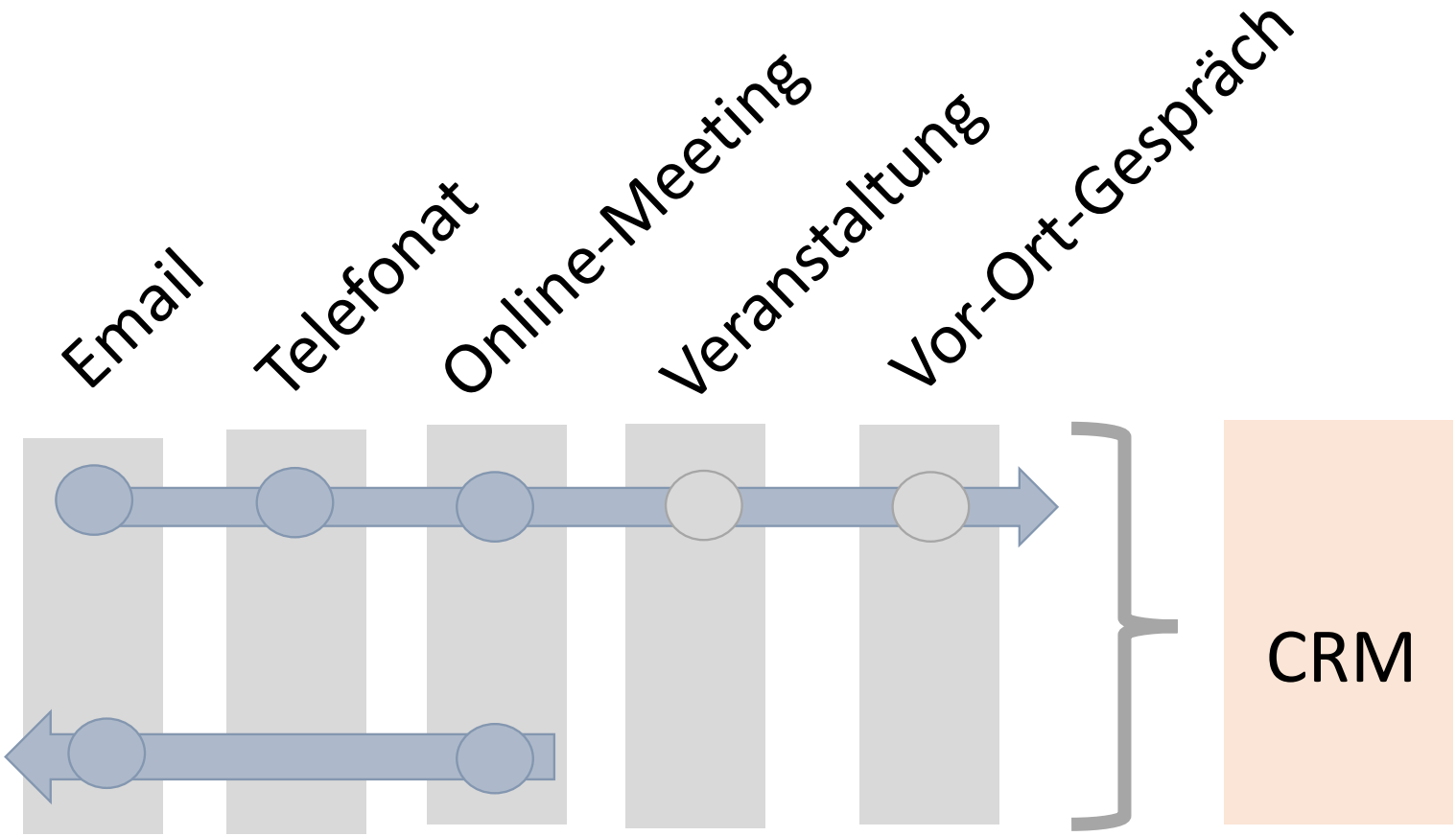
Weitere Tipps

https://www.umbachpartner.com/de/kundenkontakt-in-corona-zeiten-welche-wege

Einzelne Aktivitäten miteinander verbinden

https://www.umbachpartner.com/de/kundenkontakt-in-corona-zeiten-welche-wege

Touchpoints der Customer Journey



Starten Sie die Reise …

Wie verbinden?

Erfordert

- Integratives Denken
- Agilität

"*Ein bisschen besser als die Mitbewerber reicht schon"*

…

Was verlangsamt Sie?

Weitere Kanäle

- Texten via SMS
- Messenger-Dienste:
  WhatsApp, Telegram

Formulierungen
Sprache

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

Email

Email

Warum sollte der Empfänger den Text lesen?

Die Absender-Adresse sollte Ihren Namen enthalten

Neugierig machende Betreff-Zeile

Reden Sie den Empfänger mit Namen an

Welches Problem lösen Sie?

Bringen hilfreiche Informationen

Halten Sie es kurz

Widerstehen Sie der Selbstbeweihräucherung

http://www.effektive-newsletter.de/

Erstellen Sie Ihre eigenen
Skripte / Leitfäden / Module
(Schablonen bzw. "Templates")

mit Textbausteinen

Beispiel **Email "Templates"**

Anfrage

Dank

Projekt-Update

Erinnerung

werden einen Großteil der Korrespondenz abdecken

Im Einzelfall anpassen und personalisieren

Termin bekommen

Per Email: Beispiel

Auf dem gerade stattgefundenen **ABC**-Kongress waren die Trends zu **CDE** ein intensiv diskutiertes Thema.

Inwieweit haben **Sie** als … Interesse daran, die Ergebnisse in einer etwa 5-minütigen Präsentation gemeinsam zu beleuchten …

… und was es für Ihre Patienten bedeuten könnte

Per Telefon Beispiel

Hier ist Fritz Maier von der medizinisch-wissen-
schaftlichen Abteilung von … Wir kennen uns von …
Bei der neulichen Tagung der Deutschen Gesellschaft
für … sind ja aktuelle Therapieempfehlungen für
Patienten mit … vorgestellt (und kontrovers diskutiert)
worden - vielleicht auch interessant für Sie.

Inwieweit wäre es grundsätzlich in Ihrem Sinne,
wenn wir das kurz … persönlich / digital besprechen?
Wann würde es am besten passen …

Schreiben Sie ihr eigenes Skript!

Gespräch

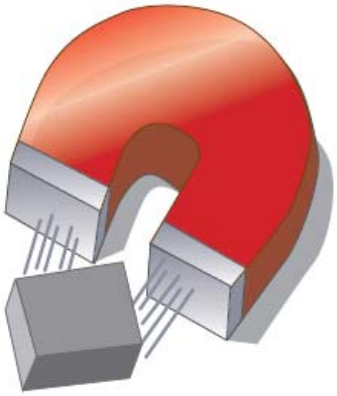
Ihre Mitmenschen* …

… hassen Verwirrung

… **lieben Klarheit**

* Interessenten / Kunden / Gesprächspartner

Hilfreich



"Magische"
Formulierungen

Auch die Reihenfolge zählt!

Eingangsformulierungen

"Von Ihrer Seite, was sind Ihre Top-Prioritäten, über die wir zuerst reden sollten?"

- … Ein Thema, das viele Ihrer Kollegen aktuell beschäftigt, ist …

oder

- … Ein Thema, das auf dem .. Kongress intensiv diskutiert wurde …

"Darf ich Sie als Experte zum Thema ABC fragen, inwieweit …"

Empfehlung

"Darf ich Sie fragen, wen ich zu diesem Thema noch ansprechen sollte?"

…

"Darf ich Grüße von Ihnen ausrichten?

● ● ● Bewusst diffus

"Kann ich sonst noch etwas für Sie tun?"

Argumente schließen den Geist,
Fragen öffnen den Geist

Fragen "abmildern"

Einleitende, einführende, einfühlsame Worte, die Widerstände reduzieren

Ein Thema, das vielleicht …

… Von Ihrer Seite …

Darf ich Sie fragen …

Realität

Wie oft werden "offen-klare" Fragen gestellt?

… Trauen Sie sich, diese Fragen zu stellen

Zustimmung einholen

"Ist das so in Ihrem Sinne?"

"Findet das grundsätzlich
Ihre Zustimmung?

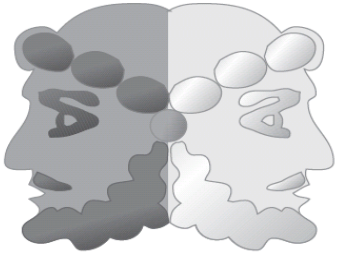
Dem Gegenüber drei Punkte ins Gedächtnis rufen: Sprachliche Option

Drei Dinge bleiben **mir** von unserem Gespräch in Erinnerung

Verbesserungspotenzial ?

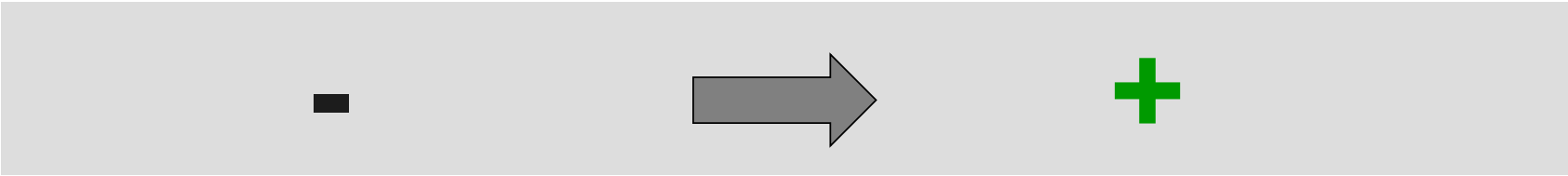
Wenn wir etwas besser machen könnten - und sei es nur ein **bisschen** - was wäre das?

Sprache: Positiv formulieren



Das Medikament hat nur wenige Nebenwirkungen

Das Medikament ist gut verträglich

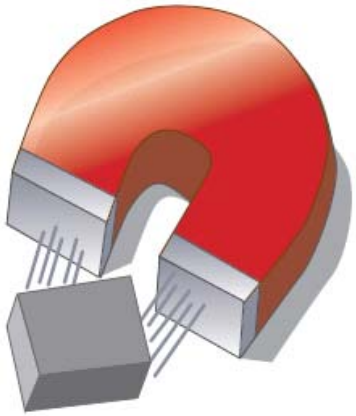


Keinen negativen Einfluss auf den Stoffwechsel

Stoffwechsel-neutral

?

Text-Analyse-Instrumente



- Kunden-Orientierung
- Direktheit
- Nutzen-Sichtbarkeit

Kunden-Orientierung

Fokussiert auf den Adressaten ?

Sie	*oder*	Ihr	*oder*	Kundenname
Wir	*oder*	Unser	*oder*	Firmenname

Je höher, umso besser

Unsere Firma informiert über die neuen Trends

Sie erfahren die neuen Trends

Direktheit

Bejahende und positive Aussagen ?

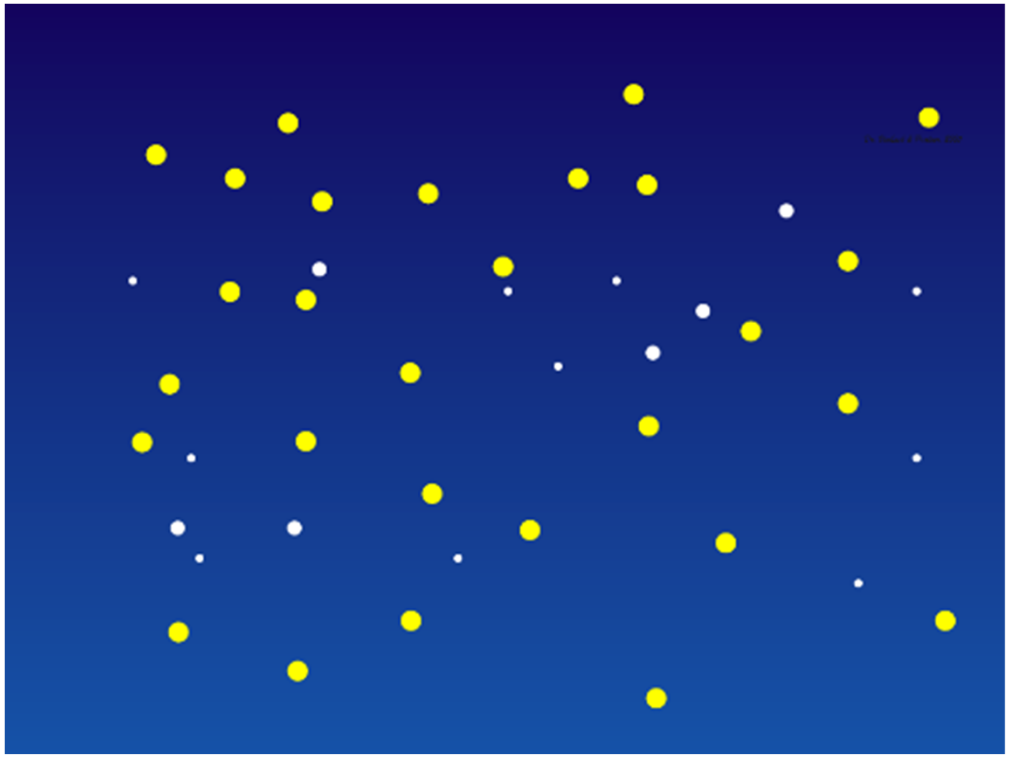
$$\frac{\text{Direkte Aussagen}}{\text{Alle Aussagen}}$$

Je höher, umso besser

Mach bejahende Aussagen

keine schlechte Wahl

Worte wie Goldstaub



Nutzen sichtbar machen

- Substantive

- Verben

WMW

http://www.wortemitwirkung.de/positive-worte.html

Nutzen-Sichtbarkeit: Substantive

Wert
Stellenwert
Vorteil
…

Gesamtzahl der Wörter

Je höher, umso besser

Nutzen-Sichtbarkeit: Verben

Beispiele

Damit verbessern Sie ...

Damit können Sie leichter ...

Dadurch erhalten Sie ...

Das ermöglicht Ihnen ...

Das erleichtert Ihnen ...

Das bedeutet für Sie mehr ...

Das bringt Ihnen mehr ...

Damit haben Sie mehr ...

"Überleitungs-Formulierungen"

"Gelenksätze"

Tipp zur Implementierung

Ihr geplantes Gespräch mit Sparringspartner aufnehmen

Hören Sie sich die Aufzeichnung an

?

Haben Sie Ihr eigenes Skript

- für Telefonate
- für vor-Ort Gespräche

….

?

~~Jeder kann telefonieren~~

"Softener" bei Einwänden

Ein "Nein" vermeiden

Vielen Dank, dass Sie das so offen ansprechen

Lassen Sie mich das ergänzen …

Der Kontakt zu Ihnen ist wichtig

Wenn in der Zusammenarbeit mit der Firma oder bei der Verwendung von Präparaten Fragen auftauchen sollten:

Rufen Sie mich bitte direkt an. Ich werde mich persönlich darum kümmern. Hier ist meine Mobilfunknummer

Visitenkarte

Personalisieren

Je dichter Sie die verbale Erlebniswelt des Anderen andocken …

	Industrie	Ärzte	Apotheker
Produkt	●		
Marke	●		
Brand	●		
Präparat		●	●
Medikament		●	●
Arzneimittel		●	●

Zielgruppenspezifische Ansprache

niedergelassene Onkologin

Sie als Healthcare Professional

Sie als Mitglied der Heilberufe

- Sie als Medizinerin
- Sie als Ärztin
- Sie als Onkologin
- Sie als niedergelassene Onkologin

Korrespondenz

Experte schreibt:	?
Sehr geehrter Herr Dr.	Sehr geehrter Herr Dr.
Guten Tag Frau	Guten Tag Frau …
Liebe Frau	Liebe Frau
Hallo Frau	Hallo Frau

https://www.umbachpartner.com/de/geheimnis-guter-grussformeln-und-emailsignaturen

Nur wenn Sie sich dabei wohlfühlen

Übergänge schaffen

Nachdem das Gegenüber ausgeredet hat

"Ergänzend zu dem, was Sie gerade sagten …"

"Dazu ist vielleicht von Interesse, dass …"

Die Zukunft gestalten

Schaffen Sie stets eine Antwort auf die Frage

"Wie geht es weiter?" …

Es gibt immer irgendwas, was
man andenken oder machen kann,
um Fortschritte zu machen

Auch kleine Schritte zählen

KOL

Haben Sie Anmerkungen oder Ideen …

… beispielsweise in Richtung Publikation, Präsentation, Workshop, Expertenrunde …

Optimieren Sie Ihre Sprache

Tipps:

Worte mit Wirkung, effektive Texte und überzeugende Formulierungen

www.wortemitwirkung.de
Google's Nr. 1 für "Worte mit Wirkung" →

Rat

Prepare

Show up

Perform

Be available

Go home

Persönliche Beziehungen zu Experten
Differenzierung
Abheben von Mitbewerbern

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com

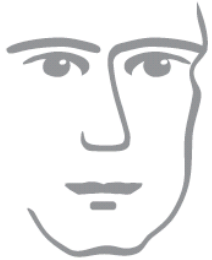
Aus der Sicht der externen Experten

Alle Mitglieder des Unternehmens sind Aushängeschild und potenzieller Dialogpartner.

Sie machen die Werte des Unternehmens praktisch erlebbar - oder auch nicht.

3 Ebenen

Menschliche Beziehung



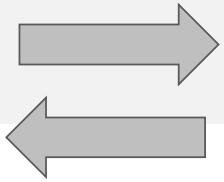
Optimismus, Zuversicht, Verbindung schaffen

Connect, Rapport

Wissenschaftliche Daten

Gute Fragen stellen

Business-Transaktion



Unternehmerische Sicht

Wirkung

=

Qualität der persönlichen Beziehung

X

Aktualität der wissenschaftlichen Daten

X

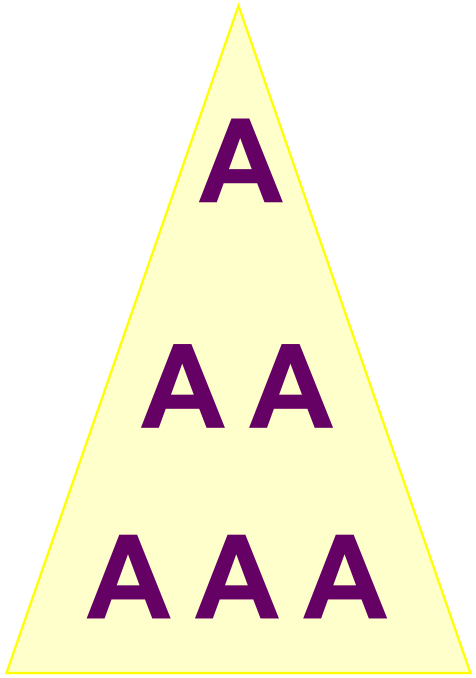
Attraktivität der Kooperations-Optionen

X

Umsetzungs-und Nachbereitungs-Grad

Notieren Sie eine Sache, die Sie auszeichnet und die Sie von allen anderen MSLs und MSRs abhebt

Verstärken Sie diese



Auffallend und

Angenehm Anders

Als Alle Anderen

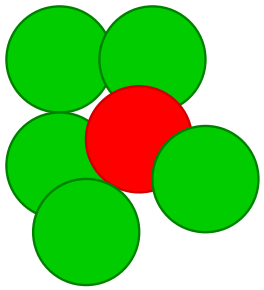
Sie heben sich ab

Sie bestimmen das Spielfeld

Die Kunst besteht darin, das Feld so zu wählen, dass man keine Mitbewerber hat.

"It's not enough to be the best one,
you have to be the only one"

Jerry Garcia



"Becoming a Category of One"

Joe Calloway

Blue Ocean Strategy

Statt auf bekanntem Gebiet versuchen,
einen Vorteil zu erringen:

Die Mitbewerber irrelevant machen, indem
man sich auf anderes Terrain bewegt.

△ Da wir alle im Wettbewerb stellen

Was erhält Ihr Gegenüber bei Ihnen,
was er/sie woanders nicht erhält?

→ ...

Beispiele: Sie …

- kennen die neuesten Daten

* Sie können früher über aktuelle Entwicklungen informieren als die Mitbewerber (*Agilität*)

← Google Alert, Kongress-Besuche, Netzwerk

Beispiele: Sie …

- kennen die neuesten Daten
- haben den besseren Überblick

(Statt reinen Daten) bieten Sie:
- Hintergrundinformationen
- andere Perspektiven
- Erklärungen …

Beispiele: Sie …

- kennen die neuesten Daten
- haben den besseren Überblick
- stellen zielführendere Fragen

… die Sie sich vorher gut überlegt haben

Beispiele: Sie …

- kennen die neuesten Daten
- haben den besseren Überblick
- stellen zielführendere Fragen
- haben ein besseres Netzwerk

… das Sie sich konsequent über die Jahre aufgebaut haben

Beispiele: Sie …

- kennen die neuesten Daten
- haben den besseren Überblick
- stellen zielführendere Fragen
- haben ein besseres Netzwerk
- bieten attraktivere Kooperationsprojekte

… da Sie die Ideen und Ihre Firma
die Ressourcen haben

Beispiele: Sie …

- kennen die neuesten Daten
- haben den besseren Überblick
- stellen zielführendere Fragen
- haben ein besseres Netzwerk
- bieten attraktivere Kooperationsprojekte
- machen eine effektiveren Follow-up

… da Sie die Selbstdisziplin dazu aufbringen

Beispiele: Sie …

- kennen die neuesten Daten
- haben den besseren Überblick
- stellen zielführendere Fragen
- haben ein besseres Netzwerk
- bieten attraktivere Kooperationsprojekte
- machen eine effektiveren Follow-up
- haben die Fähigkeit, aktiv zu zuhören

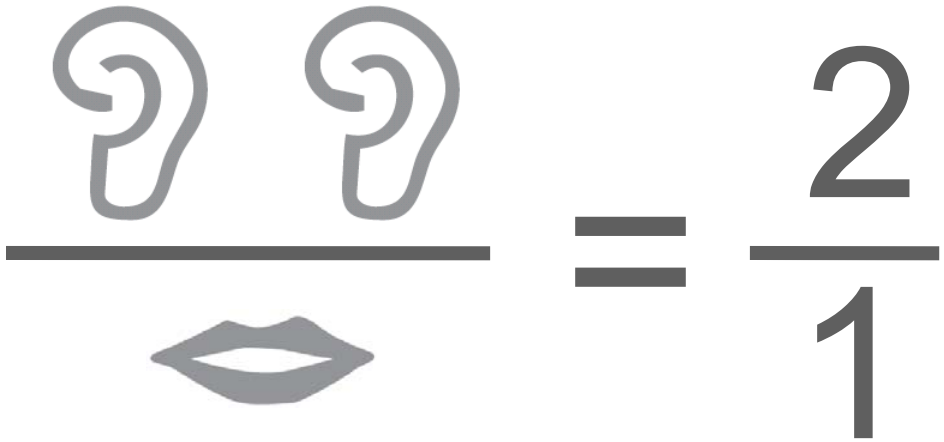
→

Aktives Zuhören

Als Erfolgsfaktor unterschätzt

Die Stimme, die die meisten Menschen am liebsten hören, ist ihre eigene

Viele Leute wollen nicht dir zuhören, sondern sich selber



Kommunikationsfertigkeiten

Am geringsten entwickelt und
am meisten optimierbar

Körpersprache (Non-verbal: Mimik, Gestik)
Schlagfertigkeit
Stimme
- Zuhören

Wenig reden,
gut fragen,
aktiv hinhören

Stop talking
start asking
start listening

"Authentisch sein"

Persönliches preisgeben ?

… Meine Meinung:
Wenn Ihr Gegenüber wirklich daran interessiert ist

Fragensteller
sind
Weichensteller

Grund-Voraussetzung

Sie sind am anderen Menschen wirklich interessiert

Ihre Einstellung

Fahre deine Antennen ganz weit aus

Stelle den Radar auf ganz empfindlich

Gütig und wohlwollend hinhören

Das Gefühl vermitteln "Ich bin mit meiner Aufmerksamkeit ganz bei dir"

Wahl des Themas

Sprechen Sie mit Ihrem
Gesprächspartner über Dinge,
die ihn interessieren -

bevor Sie über Dinge sprechen,
über die Sie sprechen möchten

"Power Question"

Darf ich Sie fragen, inwieweit es etwas gibt, das **Sie persönlich** besonders interessiert?

... "Heiße Herdplatte finden"

Zeitlinie

Warten Sie stets einige Sekunden, bevor Sie die nächste Frage stellen

Erfordert Geduld

Können Sie gut zuhören?

Ja, wenn Sie in Gesprächen mehr als 50% der Zeit zuhören*

* nicht reden

Skilled rainmakers talk only
20 to 30 % of the time.

Ford Harding: Rain Making

"Sie werden nur mit und durch Menschen erfolgreich"

Nichts macht Leute glücklicher als das Gefühl, dass du an ihrem Erfolg interessiert bist.

Spiegeln / Paraphrasieren

Gehörte Inhalte mit eigenen Worten neu formulieren und wiedergeben, am besten mit fragendem Tonfall

Wenn ich Sie richtig verstanden habe, möchten Sie einerseits gerne ...
und andererseits auch ...

Wiederholung und Zwischen-Fazit

Lassen Sie den anderen ausreden

Stellen Sie Fragen

Nehmen Sie auch wahr, was nicht offen gesagt wurde

Halten Sie Augenkontakt

Seien Sie offen für das Gesagte

Vergewissern Sie sich, dass Sie Sätze richtig verstehen

Machen Sie sich Notizen

Herausforderungen

Zielgruppe

- "ist reserviert"
- "erhält schon viele Emails"
- "hat keine Zeit"
- "gibt kaum Gesprächstermine" …

Intern

- "Eigener Außendienst nimmt Termine weg"
- "Bürokratie" …

"Vorbereitung, Planung, Strukturierung eines Termins mit KOL"

Checkliste

Freiwillige für Beispiel?

Checkliste: Praktisches Vorgehen: Vorbereitung, Gespräch, Follow-up

Ziele: Was will ich erreichen?
Erfolgskriterien: Wie bewerte ich meine Leistung?
Analyse: Profil / Historie meines Gesprächspartners?
Erwartungen: Offizieller Bedarf / persönliche Wünsche
Persönliches: Menschliche Beziehung aufbauen
Zeitrahmen: Dauer des Gespräches klären
Nutzen: Welche Lösungen biete ich den Kunden?
Aktion: Zu welcher Handlung will ich motivieren?
Sprache: Welches sind meine drei Kernaussagen?
Follow-up: Wie bleibe ich in Kontakt?

Jeden Morgen die Entscheidung treffen,

dazu zu lernen und besser zu werden

…

Niemand kann
sagen, wie
hoch Du
fliegen kannst

…

Appendix

Weitere Tipps

Wodurch sich Top-MSRs auszeichnen: Einige Punkte

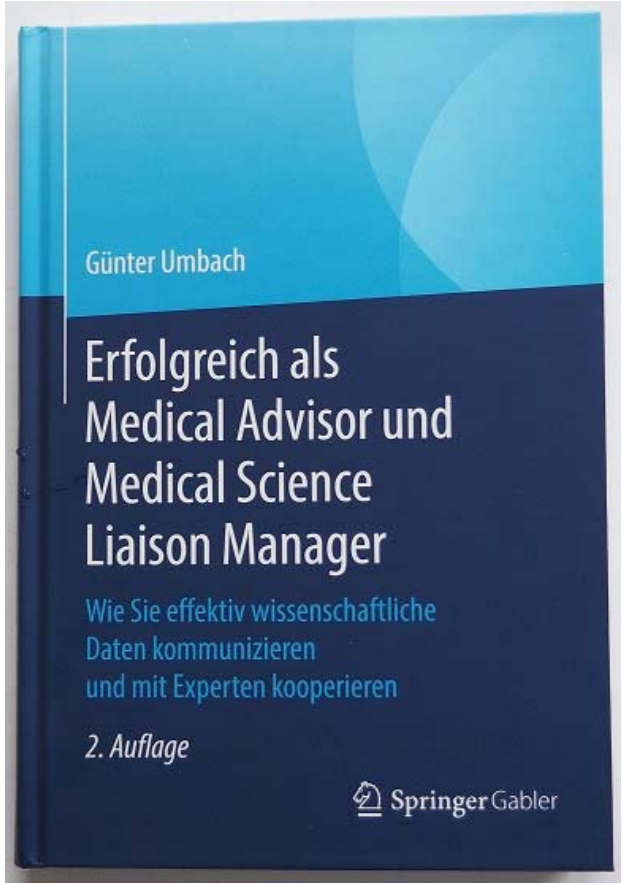
Wofür andere 10 Minuten brauchen,
bringen sie prägnant in 5 Minuten rüber

Wo andere neutral sind, sind sie von
wohlwollendem Verständnis geprägt.

Wo andere reden, hören sie zu ...

Wo andere versprochene Deadlines reißen,
liefern sie pünktlich und zuverlässig.

Buch


Günter Umbach
Erfolgreich als Medical Advisor und Medical Science Liaison Manager
Wie Sie effektiv wissenschaftliche Daten kommunizieren und mit Experten kooperieren
2. Auflage
Springer Gabler

Weitere Tipps

(bis auf Buch alle gratis)

pod

300 Videos helfen

- Kunden gewinnen
- Umsätze steigern
- Ergebnisse erzielen

→ **YouTube Kanal**

Newsletter

Tipps & Trends

Management-Newsletter

MSL

Newsletter

MSL-Newsletter

gratis

Website

Passwort

für Klienten-Login

Email

Toolbox

Appendix

Vortragen
Präsentieren
Rhetorik

Mix

Wissenschaft
Handwerk
Kunst …

Es gibt zwar viele gute Experten, aber nur wenige wirklich gute Speaker

Sie geben eine Performance

'rüberkommen

Kompetent
und zuversichtlich,
aber nicht …

Publikation

lesen

Worte

Präsentation

sprechen

Worte

Der Geist bewegt sich
schneller als die Lippen

Ihre Aufgabe ist ***nicht,***

viele Daten zu liefern

(Leute können die Publikation lesen)

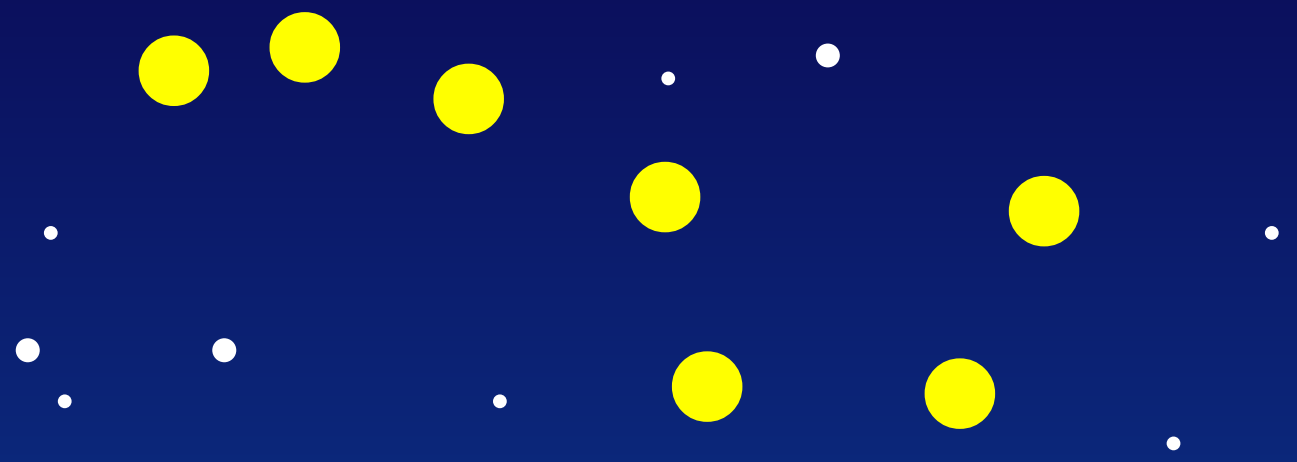
… sondern

- Erklärungen
- Einsichten
- Empfehlungen

… damit

… die HCPs bessere Entscheidungen treffen können

Make Meaning



Making science make sense

Nützliche Formulierungen

Was bedeutet das ...

Was die Relevanz ...

Wir sind keine
Schauspieler …

.. aber wir können
von ihnen lernen

Vernunft allein
reicht oft nicht

Eine wirkungsvolle Weise,
Einsichten zu vermitteln,
ohne belehrend zu erscheinen →

"Story Telling: Human Interest Story"

Eine wahre menschliche Geschichte erzählen

Fallstudie / Fallbeispiel / Case Study

Ihre Punkte in eine
spannende Story verpacken

Held: Arzt oder Patient

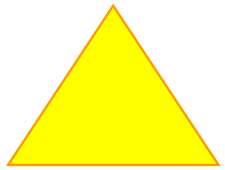
Problem: Krankheit

Wendepunkt: Neue Infos zu Optionen

Besserer Weg

"Data get dumped, stories stick"

www.bist-du-chris.de
http://mehr-leben-im-leben.de
www.nochvielvor.de



- Content

  Daten

- Ausdrucksformen

  Worte, Bilder …

- Vortragsstil / Vortragsweise

  Delivery, Stage Performance

Vorbereiten

Antworten auf Fragen geprobt haben

Falls man Sie bittet, länger zu sprechen

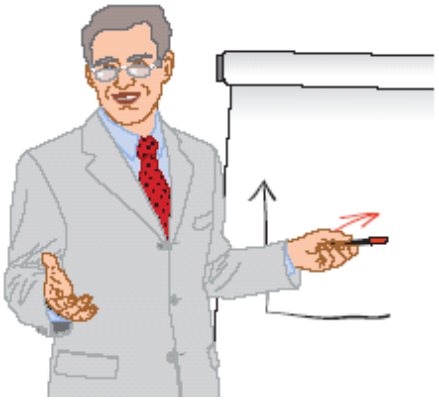
Ein Chart mit häufigen

3 Fragen vorbereitet haben

Technisches Back-up

- USB Stick
- Emailen Sie sich die Charts
- In der Cloud speichern
- Laptop
- Kabel und Adapter

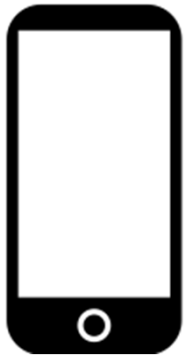
… Print-out



Flip Chart …

Scheinbar spontanes
Visualisieren

Aus



Vorher sprechen mit

- Chairperson
- Co-speaker …

Vortragsweise

Delivery

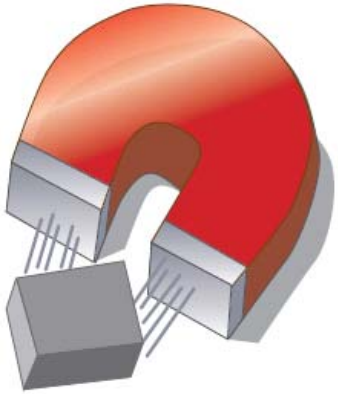
Stage Performance

Achten Sie auf Ihre Schritte

Wenn möglich

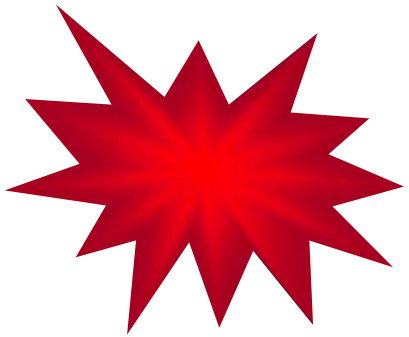
Gehen Sie vom Pult weg

Zu Beginn



Neugierde wecken

Der erste Schritt



Aufmerksamkeit und Interesse gewinnen

Funke

Einstieg

"Teaser"

Spannungsbogen aufbauen

Wabrimida?

Den ersten und letzten Satz Ihrer Präsentation auswendig lernen

...

Beispiel

Die Frage, die
diese Präsentation
beantwortet, lautet
....

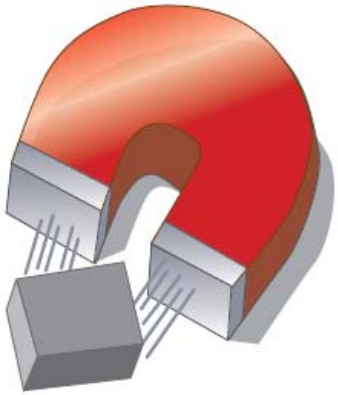
Beispiel

"Kittelbrennfaktor"

Beispiel

Bisher gab es ja keine befriedigende Therapie für ….

Interessante Titel



"Aktuelle …

"Update …

Kardinalsünde

?

Mehr präsentieren

als notwendig

Auf das Wesentliche kürzen

Halt es
klar, kurz
und
anschaulich

Cicero

Keep
it
short and
simple

Kiss

Widerstehen Sie der Versuchung ….

"Alles ist wichtig"

"Rhetorische" Frage

Was würde ich sagen,
wenn Sie mich fragen
würden …

Charts

"Slides don’t get respect - conversations do"

?

Charts

Häufigster Fehler

?

Mangelnde Lesbarkeit

Häufigste Ursache …

Schriftbild zu klein

Schriftbild zu klein

Wenn Ihr Text schlecht lesbar ist,
könnte er genauso gut unsichtbar sein

Sie prüfen nicht die Augen

Angemessene Schriftgröße

Präsentationen	> 30 Punkt-Schrift
Fließtext in Print	> 12 Punkt-Schrift

Tabellen

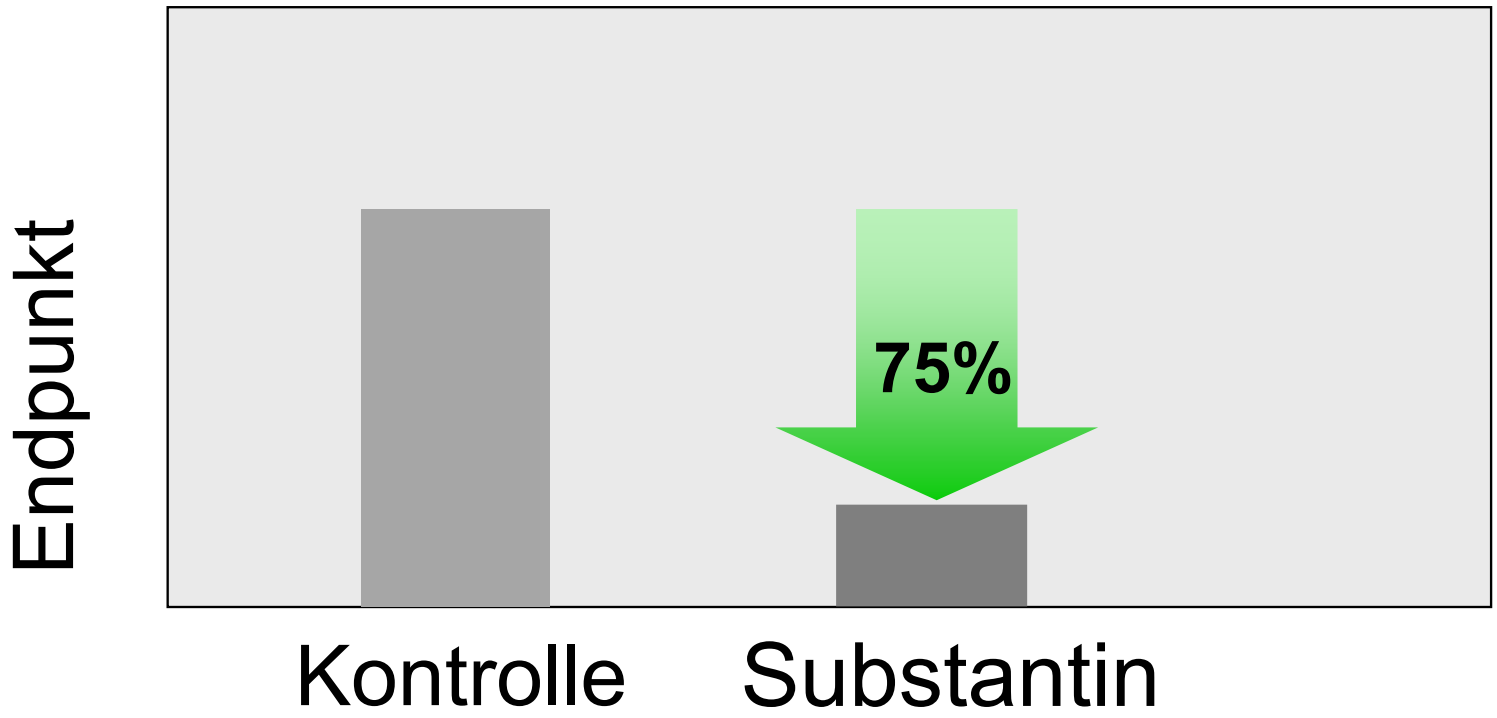
vs ?

Diagramme

Beispiel

Endpunkt

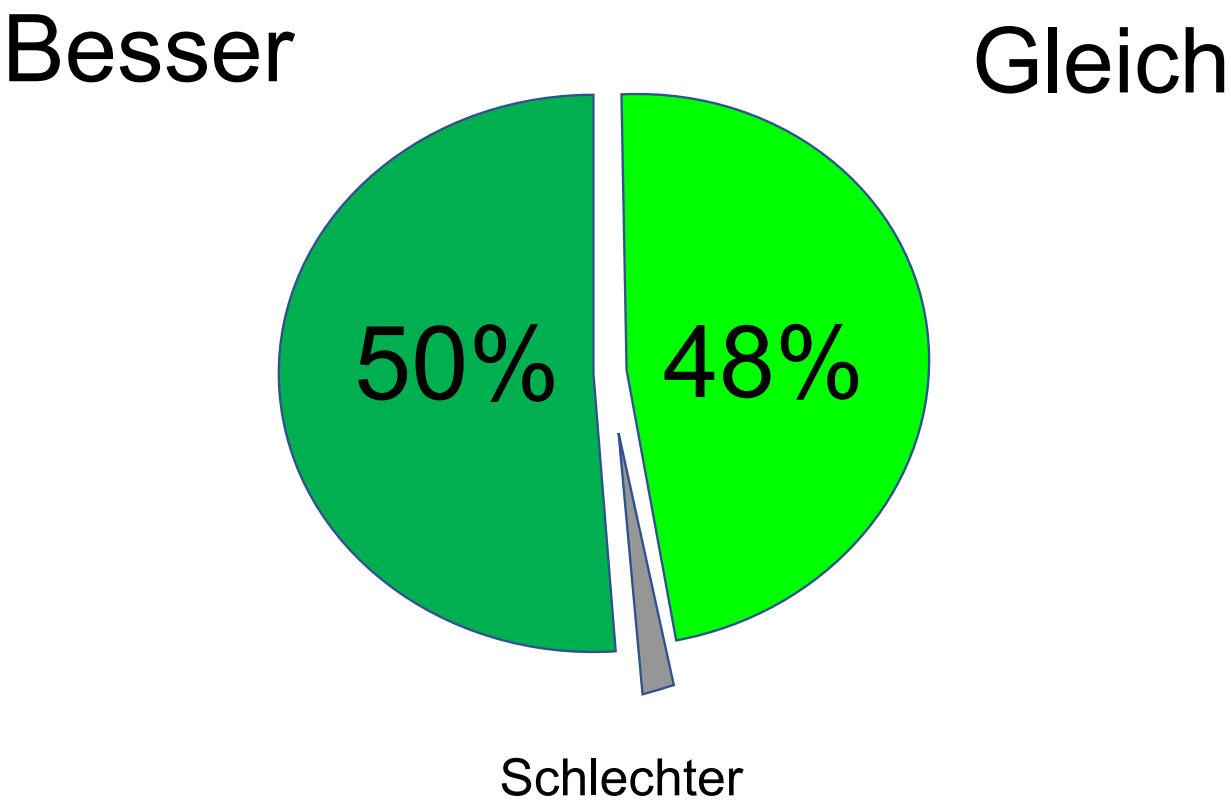
Kontrolle	Substantin
100	25


Endpunkt
75%
Kontrolle
Substantin

Beispiel

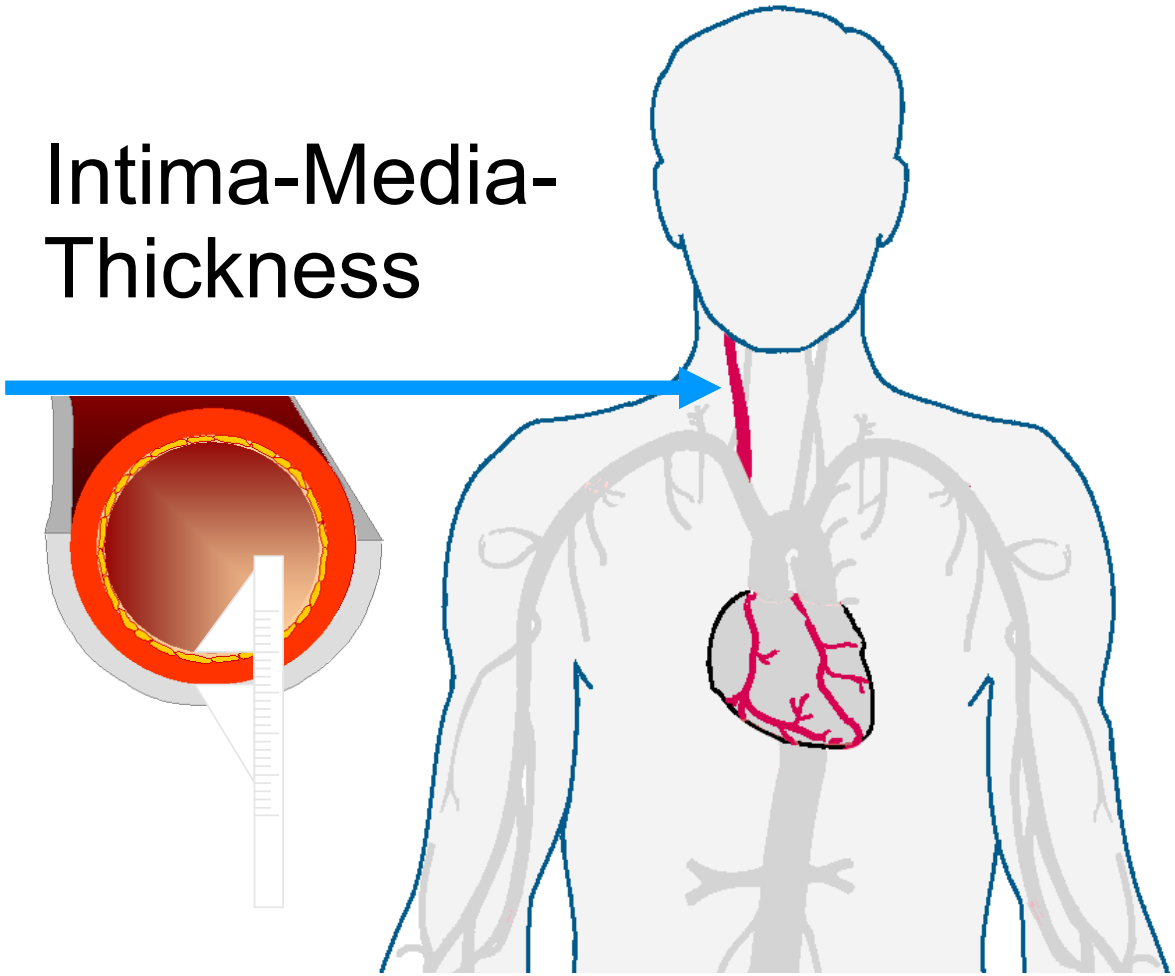
Resultate

Besser	Gleich	Schlechter
50%	48%	2%


Besser
Gleich
50%
48%
Schlechter

Illustrationen

Intima-Media-Thickness


Intima-Media-
Thickness

Design

Circus Look

~~"Schön machen"~~

~~"Dekorieren~~

Sauber halten

Keep it clean

Stimme

Deutlich sprechen

Sprech-Geschwindigkeit

Sprechen Sie eher ein
bisschen langsamer
als zu schnell

?

Vorher: Vortrag
aufzeichnen
und anhören

Ausstrahlung

Optimistisch

"frozen grin" vermeiden

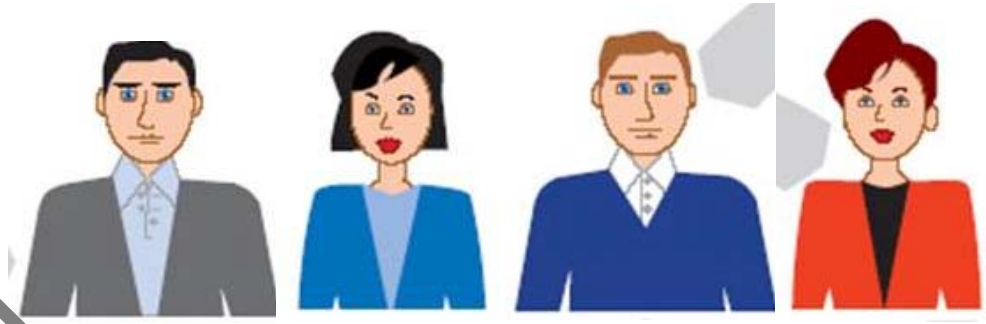
Humor?

Position

Publikum

Speaker

Screen



Publikum

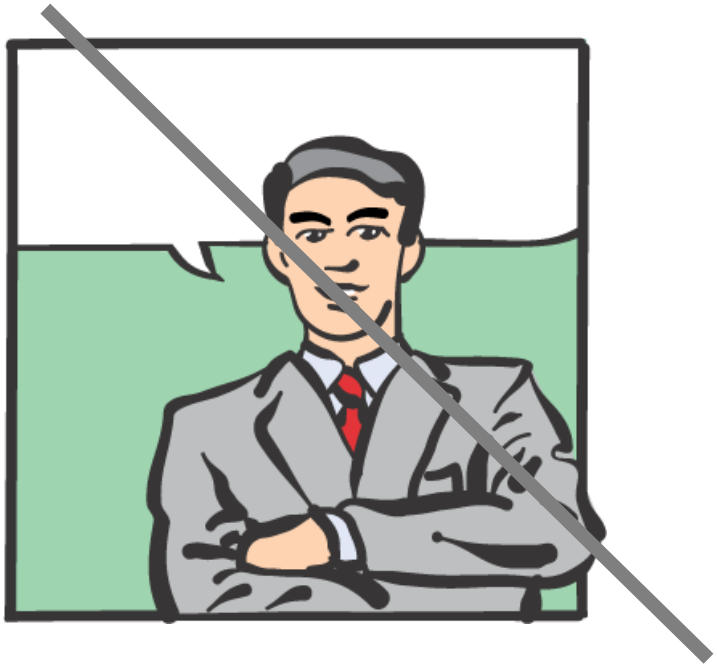
Speaker

Niemals Charts vorlesen

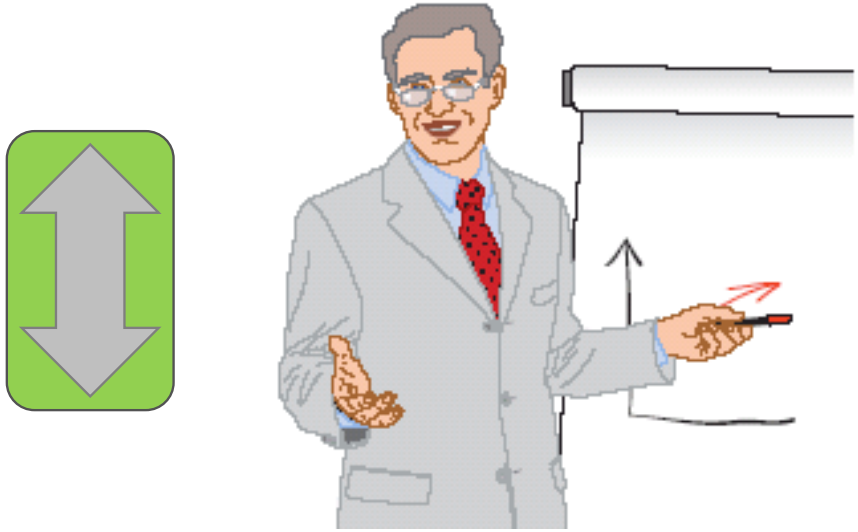
Screen

Körpersprache

Natürlich



"Grüner Bereich" für Hände

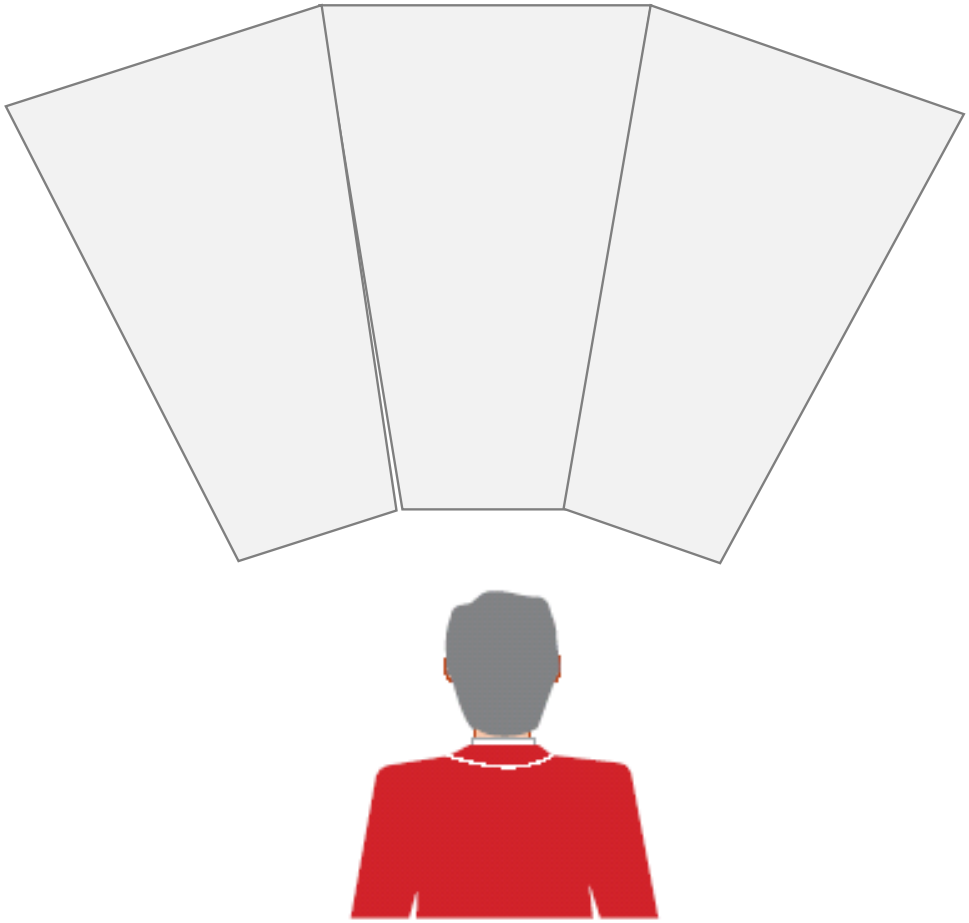


Hilft, ablenkende
Gesten vermeiden

…

Gib Zuhörern "Denkzeit"

Augenkontakt



"Pause"

Wertvolle Technik

Souverän vortragen

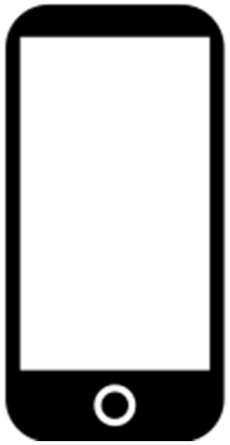
Das Geheimnis gelungener Vorträge

Üben

Mit jedem Mal verringert
sich Ihre Nervosität

Sie werden souveräner

Dinge ausprobieren



In der Zeit bleiben

Uhr im Blick halten

Großartige Speaker kommen rechtzeitig zum Abschluss

…

Planen Sie Zeit ein für …

Schlussfolgerung

Chart

Zusammenfassung

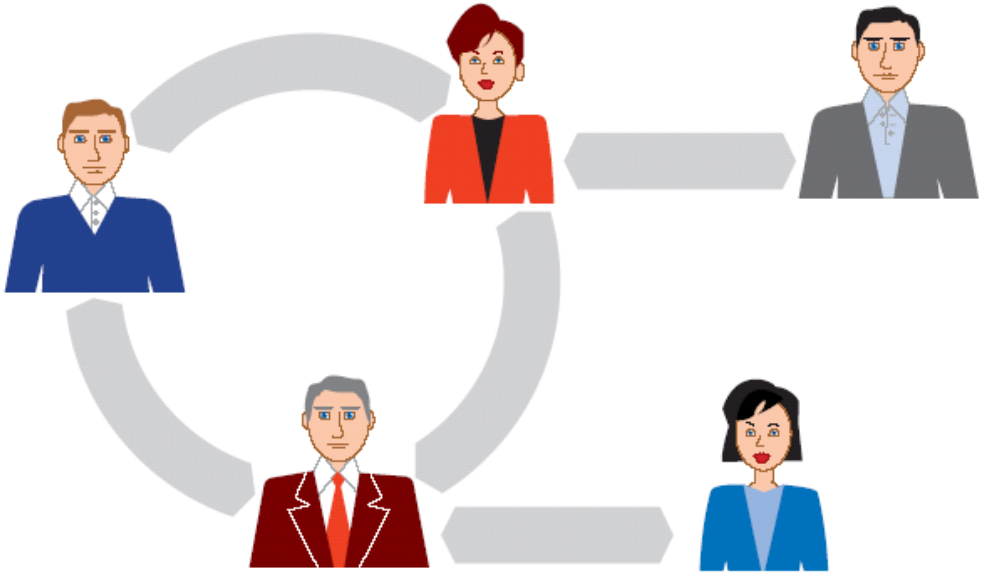
"Lassen Sie uns zusammenfassen"

Letztes Chart (Option)

Email

Website

Seien Sie ansprechbar



Anfragen via Xing, Linkedin √

Etwaige Emails beantworten

Adaptieren Sie alles an
Ihren persönlichen Stil