

Das Potenzial von Daten ausschöpfen: Erfolgsrezept

Erklärungsbedürftige Daten wirksam kommunizieren

Tipps, wie Sie wissenschaftliche und technische Informationen effektiv vermitteln

Aktuelle Situation und Frage

Neulich fragte mich ein Klient "Wir haben viele gute Daten, die wir wirkungsvoll an unsere Zielgruppen überbringen möchten. Wie machen wir das am besten?"

Nachfolgend einige Tipps, wie Sie dieses Ziel erreichen können – und zwar in einer Branche mit anspruchsvollen, oft akademisch geprägten Zielgruppen wie Ärzten, Apothekern, Experten und anderen Healthcare-Professionals sowie informierten Patienten.

Zuerst eine nützliche innere Haltung wählen

Statt der Worte "verkaufen" oder "vermarkten" bevorzuge ich die Einstellung "den Stellenwert und angemessen Einsatz der verschiedenen Produkte sichtbar zu machen, so dass bessere Entscheidungen getroffen werden können". Insofern ist es die Pflicht des Unternehmens, dies auch wirkungsvoll zu tun.

Welche goldene Gelegenheit bleibt ungenutzt?

Unternehmen investieren viel Geld in die Durchführung klinischer und technischer Studien. Leider weisen sie den resultierenden Studienergebnissen nach Erhalt der Zulassung nur eine untergeordnete Rolle zu.

Man lässt die vorliegenden Daten brachliegen oder kommuniziert sie nur suboptimal – vergleichbar einem Rohdiamanten, dessen wahren Wert man weder kennt noch nutzt.

Warum verpassen Firmen diese Chance?

Der Bereich Forschung & Entwicklung hat seine Aufgabe erfüllt, wenn eine Studie "on time and on budget" beendet wurde und die Produktion anlaufen kann.

Der resultierende Bericht enthält eine Vielzahl von Zahlen, Daten, Fakten, technischen Spezifikationen. Oft haben Firmen schlicht nicht das Know-how und die Kapazitäten, um die Daten entsprechend prägnant aufzubereiten und darzustellen, damit diese von Medical Affairs, Marketing und Vertrieb anschließend überzeugend vermittelt werden können.

Die Daten werden dann vorwiegend nur im wissenschaftlichen Umfeld präsentiert und publiziert – und erhalten leider nicht die Aufmerksamkeit und Bedeutung, die ihnen eigentlich zukommt.

Wer sollte Verantwortung übernehmen?

Diejenigen, die die Daten generiert haben, sind als Forscher und Entwickler **nicht** die geeignetsten Leute. Auch Kreativ- oder Marken-Agenturen, die typischerweise vom Marketing beauftragt werden, sind wenig geeignet.

Am besten ist die Kombination aus Medical Affairs und Marketing: "Das unschlagbare Duo" ist ein engagierter Medical Advisor (oder Medical Science Liaison Professional) zusammen mit einem ambitionierten Produkt Manager, ergänzt durch einen erfahrenen externen Berater.

Unbemerkt = Unbeachtet = Irrelevant

"Sichtbarkeit ist der Name des Spiels"

Unsere Zielgruppen sind mit Daten überflutet und ignorieren einen Großteil davon. Auch wahrgenommene Informationen, die nicht sofort attraktiv genug erscheinen, werden komplett

ausgeblendet. Dies bedeutet: Wir müssen so bemerkenswert werden, dass wir die Aufmerksamkeit der Zielgruppe erreichen.

Was eine Botschaft interessant macht

Grundsätzlich ist eine Nachricht umso interessanter,

- je überraschender
- je örtlich näher
- je zeitlich näher
- je anschaulicher
- je nutzenstiftender.

Diese Ansatzpunkte kann man sich zunutze machen.

Die Macht der Sprache nutzen: Vokabular

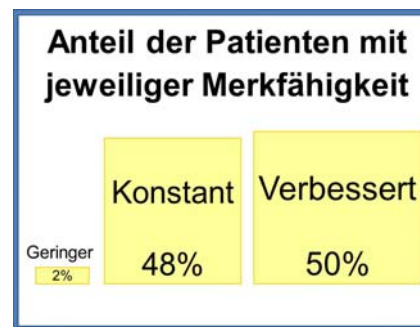
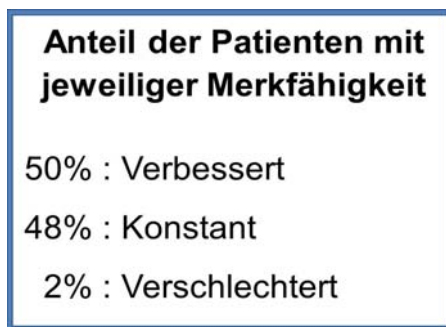
"Ähnlichkeit schafft Vertrauen"

Treffende Worte – geschrieben oder gesprochen – haben eine enorme Macht. Klare Worte geben Orientierung. Worte können Vertrauen aufbauen oder zerstören. Dies bedeutet: Wählen Sie zum verbalen Ausdruck Ihrer Daten vorwiegend eine direkte, positive Begriffswelt, in die Ihr Gegenüber eintauchen kann.

Tipps für Worte mit Wirkung und Überzeugungskraft sowie effektive Texte und Formulierungen finden Sie im [Ratgeber](#).

Daten visualisieren: Stets eine gute Idee

Ein Beispiel, wie sich Daten grafisch veranschaulichen lassen: In der Abbildung rechts kann der Betrachter den Sachverhalt rascher erfassen als in der linken Tabelle (die nur Worte und Zahlen enthält).



Persönlich mehr entdecken

Wie Sie Daten prägnant und effektiv vermitteln, erleben Sie im Intensiv-Workshop "Erfolgreich Studienergebnisse vermarkten" - Das Beste aus 30 Jahren Erfahrung: [Anmelden](#)

Überarbeitete Version eines Interviews von Management Centre Europe Faculty Member Dr. med. Umbach als Autor des Buches "Successfully Marketing Clinical Trial Results: Winning in the Healthcare Business"

Mehr

Audio und Video auf:

<https://www.umbachpartner.com/de/wie-sie-erklarungsbeduerftige-daten-wirksam-kommunizieren>

Newsletter gratis beziehen:

<https://www.umbachpartner.com/de/management-newsletter>