

Was man von Ihnen als Medical- oder Marketing-Professional gerne hören will

Welche 3 Daten-Typen interessieren Ihre Kunden?

Hintergrund

Ein Klient fragte mich neulich "Meine Firma gibt mir so viele Fakten an die Hand - aber welche Art von Information wollen Ärzte und Experten eigentlich wirklich hören?"

Meine Antwort:

Grundsätzlich muss jede Information dem Empfänger einen konkreten Nutzen bringen - also ein Bedürfnis erfüllen. Darüber hinaus ist folgende Aufteilung sinnvoll:

1) Aktuelle Daten

Menschen interessieren sich für **neue** Nachrichten, beispielsweise für Studienergebnisse, die zum ersten Mal bei einem gerade stattgefundenen wissenschaftlichen Kongress präsentiert wurden oder erst kürzlich in einem Journal publiziert wurden.

Dies ist der ideale "Anlass", "Aufhänger" oder "Einleitung" für den Gesprächsbeginn. Die Kunst besteht darin, den Zusammenhang zu den eigenen Botschaften zu schaffen.

Hier ein Beispiel: "Herr Experte, bei der Tagung der Deutschen Gesellschaft für Neurologie gab es eine lebendige Diskussion zum Thema ABC - wären Sie an einer Zusammenfassung der Schlussfolgerungen interessiert"?

2) Prägnant vermittelte Daten

Wer komplexe Daten auf das Wesentliche reduzieren und dann das "Destillat" klar und verständlich vermitteln kann, ist stets im Vorteil.

Dies erreicht man beispielsweise, indem man Daten

- durch [treffende, sofort eingängige Aussagen ausdrückt](#) »
- durch gute Diagramme (*keine* Tabellen) veranschaulicht
- durch Vorher-Nachher-Bilder illustriert.

Wer darüber hinaus Daten auf eine unterhaltsam-kurzweilige Weise kommunizieren kann, wird die Aufmerksamkeit der Zuhörer magisch anziehen.

3) Hintergrund-Daten über Menschen

Menschen sind stets an "Geschichten" und "Anekdoten" über andere Menschen interessiert - in unserem Fall an den Akteuren im jeweiligen medizinisch-wissenschaftlichen Umfeld ("Medical Scientific Community") oder im kollegialen Kreis (Ärzte der gleichen Fachrichtung oder benachbarte Praxen).

Diese persönlichen Informationen werden allerdings nur mündlich weitergegeben - man wird sie weder in wissenschaftlichen Zeitschriften noch im Internet finden.

Da im Zentrum die Aussagen und Handlungen anderer Menschen stehen, sind erforderlich:

- ein gutes Netzwerk und Zugang zu diesen Informationen
- ein Vertrauensverhältnis zum Gesprächspartner
- die [Fähigkeit zum guten Erzählen \("Storytelling"\)](#) »

Hinweis:

Natürlich sind diese "Erzählungen" stets eine sensible Gratwanderung und man muss aufpassen, dass man nicht in "Tratsch, Klatsch und Flurfunk" abgleitet.

Empfehlungen

Das überzeugende Vermitteln aller Daten-Arten erfordert Training. Lassen Sie sich daher per Videokamera oder Smartphone bei einem simulierten Gespräch oder Vortrag aufnehmen.

Betrachten Sie hinterher die Aufnahme: Sie werden selber schnell erkennen, wo Sie Ihre Leistung verbessern können, um zu einem effektiven Kommunikator zu werden.

Frische Impulse und weitere Tipps

Online: <https://www.umbachpartner.com/de/welche-3-daten-typen-interessieren-ihre-kunden>

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