

Wie Sie Ihre Aussagen belegen: 6 Tipps

Liebe Leserin, lieber Leser,

Zu meiner Überraschung fehlt in vielen Broschüren, Anzeigen, Artikeln und Webseiten oft die Validierung durch glaubwürdige Stellen ("Endorsements").

Da Aussagen von Pharma- und Medizinprodukte-Firmen von vornherein oft als wenig glaubwürdig eingestuft werden, möchte der Leser von vertrauenswürdiger Seite eine Bestätigung der Aussage.

Wie können Sie Ihre Botschaften in Ihren Unterlagen dem Leser einleuchtender und glaubhafter machen und ihm eine Art Versicherung geben?

Hier finden Sie sechs Tipps, wie Sie mittels einer Bestätigung oder Empfehlung durch unabhängige Dritte Ihre Botschaft bekräftigen und belegen können:

1) Studienergebnisse

Beispiel:

Die Ergebnisse der klinischen Studie bestätigen ...

2) Wissenschaftliche Publikationen

Beispiel:

Wie in der aktuellen Fachzeitschrift beschrieben ...

3) Meinungsbildner-Aussagen

Beispiel:

Laut Experten Professor Günter Schmidt ...

4) Marktzahlen

Beispiele:

- 70 Millionen behandelte Patienten belegen den Nutzen von Plavix
- Vertrauen Sie bei Fußpilz der weltweiten Nr. 1: Lamisil

5) Behandlungsrichtlinien von Fachgesellschaften

Beispiel:

Wie von der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin empfohlen ...

6) Klinischer Fall ("Case study")

Beispiel:

Peter M. (46), symptomfrei seit der Behandlung mit ...

Eine Option werden Sie hier vermissen: Die Berühmtheiten aus Funk und Fernsehen, die oft mehr Werbung für sich selber als für Ihre Marke machen und zudem teuer sind.

Tipp

Wählen Sie die besten Optionen und bauen Sie diese in Ihre Unterlagen mit ein. So werden Ihre Aussagen überzeugender und wirkungsvoller.

Seminar-Tipp

Medical Advisor Workshop für Med.-Wiss. und Medical Marketing: Sie erfahren vom Autor das Beste aus zwei Büchern am 27. und 28. Juli 2011
Platz reservieren auf www.medicaladvisorworkshop.de

Weiterhin viel Erfolg wünscht Ihnen Günter Umbach

Jeweils aktuellen Newsletter gratis beziehen: www.tipps-trends.com