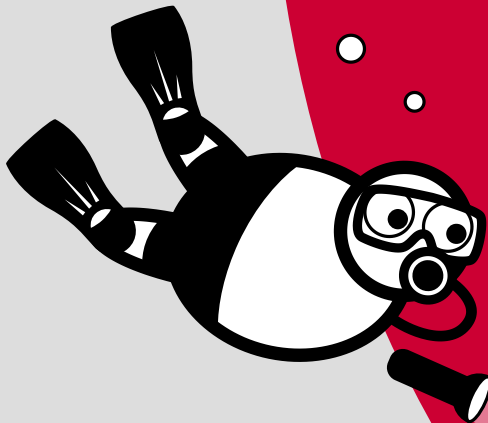


Deep Dive Außendienst

Teaser



DocCheck Research

Deep Dive Außendienst - Teaser

Hintergrund und Zielsetzung der Studie

Der Außendienst ist eine zentrale Säule in der Pharma-Kommunikation. Mit der *Deep Dive Außendienst* hat sich DocCheck Research dieses Thema vorgeknöpft: Welche Bedeutung hat dieser Touchpoint im digitalen Zeitalter und welche Services wünschen sich Apotheker und Ärzte von ihren Pharmareferenten?

Die Studie untersucht...

- wie intensiv und mit welchen Intentionen der Außendienst von Heilberuflern genutzt wird
- über welche Wege und Endgeräte sie mit den Außendienstlern in Kontakt treten wollen
- welche digitalen Services gewünscht werden
- Reichweite und REP Performance Analyse der Außendienste von 25 Pharmaherstellern

Die Ergebnisse zeigen:

- Der Außendienst ist für Heilberufler von höchster Relevanz– doch er kostet Zeit
- Die Performance-Analyse zeigt klare Unterschiede zwischen den einzelnen Herstellern
- Digitale Lösungen als Ergänzung zum persönlichen Kontakt stoßen auf großes Interesse

Dieser Teaser bietet Ihnen erste Einblicke - lassen Sie sich überraschen!



Deep Dive Außendienst

Studiendesign

Ziel:	Relevanz und Nutzung des Touchpoints Außendienst
Methode:	Umfrage im DocCheck Online Panel; Random Sample
Stichprobe:	n = 398 niedergelassene Heilberufler, davon n = 148 Allgemeinmediziner/Internisten o. Schwerpunkt (APIs), n = 108 Fachärzte sowie n = 142 Apotheker aus öffentlichen Apotheken
Umfang:	22 Fragen + 7 Sozio-Fragen
Feldzeit:	16.05.2017 - 14.06.2017
Institut:	DocCheck Research, Köln



Deep Dive Außendienst

Studieninhalte

- **Channel-Nutzung & Außendienstkontakt**
Mediennutzung, Kontaktfrequenz Außendienst, Empfangsperson, AD-Kanäle
- **Außendienste im Vergleich – 25 Pharmahersteller**
Besuchsfunnel, Favourites, REP Performance Analyse
- **Vor- und Nachteile Außendienst**
Treiber & Barrieren, Relevanz und internes Info-Sharing
- **Erwartungen an den Außendienst**
Funktion, Must-Do's, Statements
- **Außendienst goes Digital**
Digitale Ersetzbarkeit, Interesse an digitale Services



Deep Dive Außendienst

25 Pharmahersteller im Vergleich

Abbott
AbbVie
Almirall
Amgen
AstraZeneca
Bayer
Berlin-Chemie
Biogen
Boehringer-Ingelheim
Bristol-Myers Squibb
Celgene
Eli Lilly & Co.
Fresenius SE & Co.
Gilead Sciences
GlaxoSmithKline
Janssen-Cilag
Johnson & Johnson
Merck & Co.
Novartis
Novo Nordisk
Pfizer
Pohl-Boskamp
Roche
Sanofi
Teva

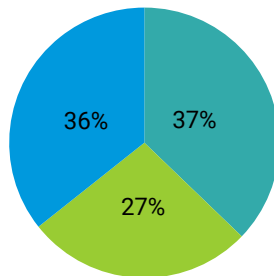


Deep Dive Außendienst

Die Splitgruppen im vorliegenden Bericht: *Berufsgruppe, Alter und Geschlecht.*

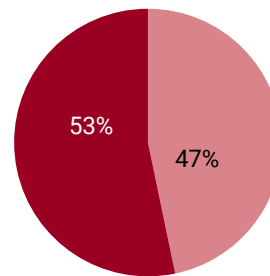
Berufsgruppe

■ API ■ Facharzt ■ Apotheker



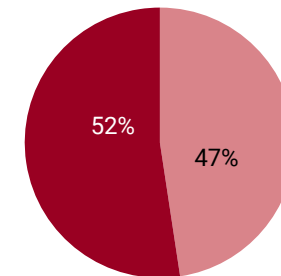
Geschlecht

■ Weiblich ■ Männlich



Alter

■ Unter 50 Jahre ■ 50 Jahre und älter



Zusatzauswertungen möglich nach:

- Ortsgröße
- Praxis-/Apothekengröße
- Berufsstatus (selbstständig/angestellt)



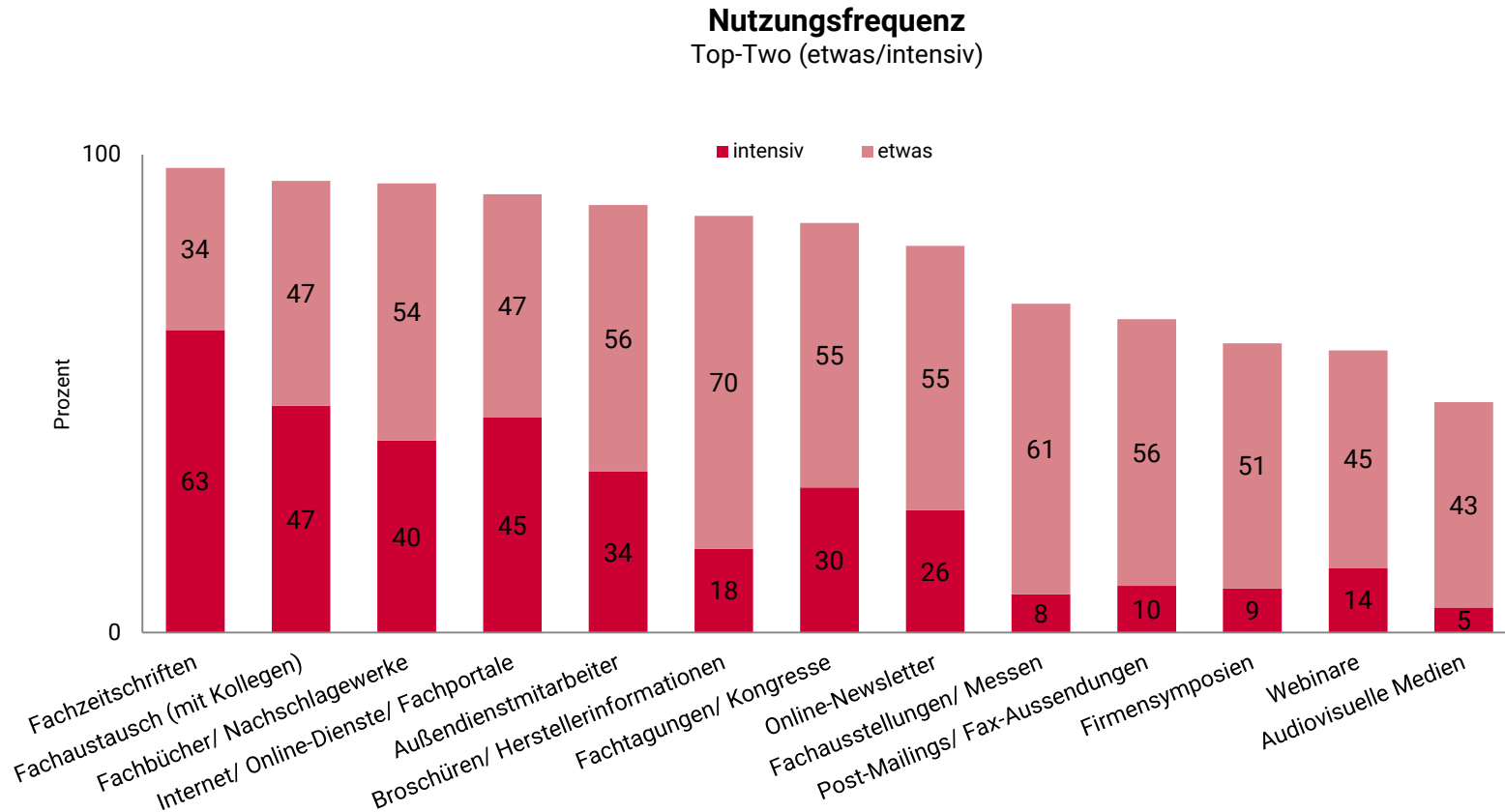
Deep Dive Außendienst

Auszüge



Informationsquellen - Nutzungsfrequenz

Näher geht's nicht? Jeder dritte Heilberufler nutzt den Außendienstkontakt „intensiv“.



Quelle: DC Deep Dive Außendienst; Basis: Gesamt: n=398 Heilberufler; Feldzeit: 16.05.-14.06.2017
F1. Informationsquellen - Nutzungsfrequenz, 3er-Skala (nutze ich überhaupt nicht, etwas, intensiv), Darstellung: Top-Two (etwas/intensiv)



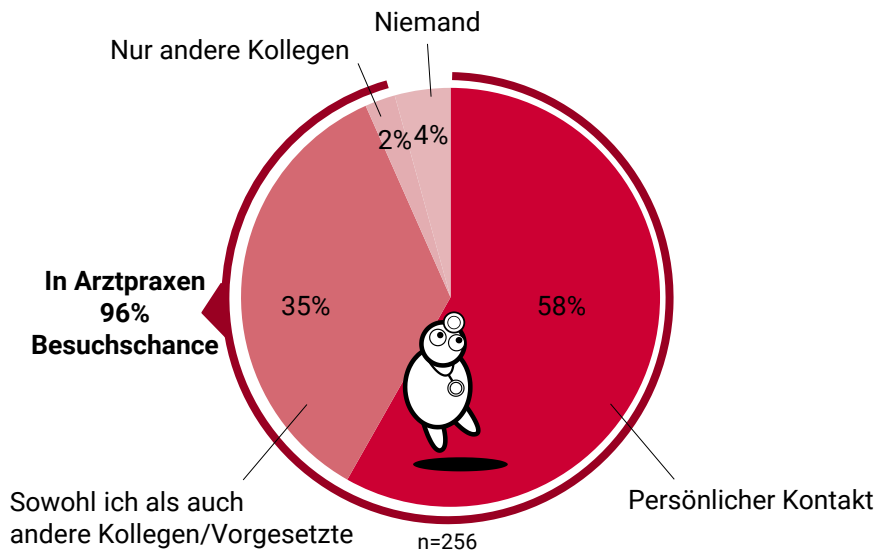
DocCheck Research

Empfangsperson Außendienst – Ärzte und Apotheker

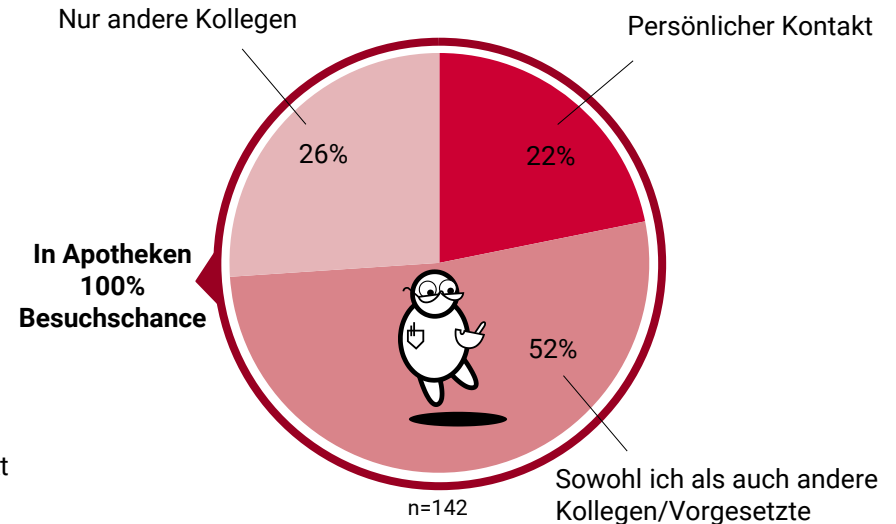
In Apotheken haben Pharmareferenten eine generelle Besuchschance von 100%, in Arztpraxen von 96%. Drei Viertel der befragten Apotheker und 93% der Ärzte empfangen sie persönlich.

Wer empfängt den Außendienst?

Ärzte



Apotheker

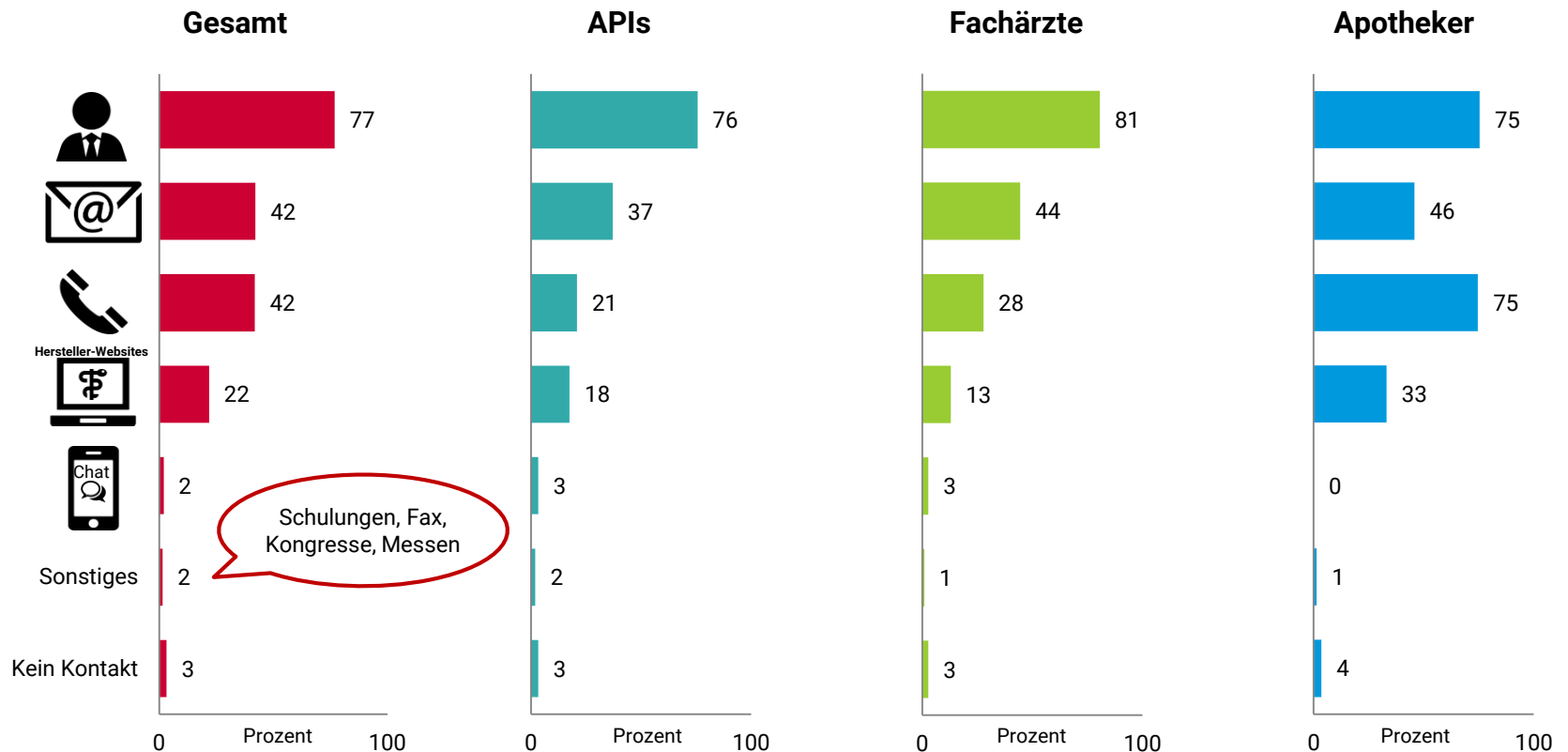


Quelle: DC Deep Dive Außendienst; Basis: n=148 APIs, n=108 Fachärzte, n=142 Apotheker; Feldzeit: 16.05.-14.06.2017
F2. Empfangsperson Außendienst, Einfachauswahl



Kommunikationskanäle Außendienst nach Berufsgruppen

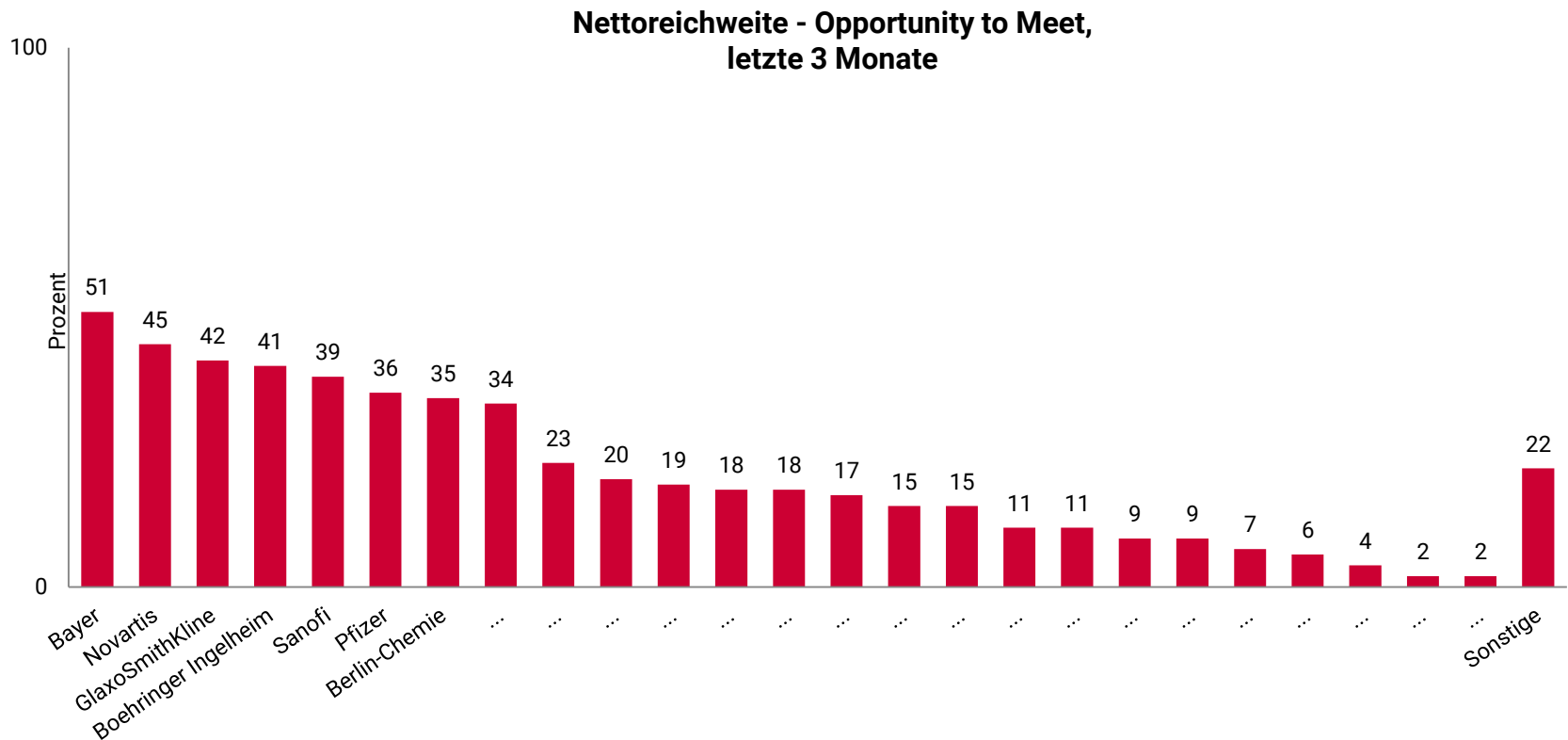
In der Regel spricht man persönlich, vielfach auch telefonisch oder per Mail. Chats werden bislang kaum genutzt. Insbesondere Apotheker stehen in engem telefonischen AD-Kontakt.



Quelle: DC Deep Dive Außendienst; Basis: n=398 Heilberufler, n=148 APIs, n=108 Fachärzte, n=142 Apotheker
 Feldzeit: 16.05.-14.06.2017; F3. Kommunikationskanäle Außendienst, *Mehrfachauswahl*

Außendienstler vor Ort – letzte drei Monate

Ordentlich Druck: Allein die Top 5 sind bei je 40-50% der Heilberufler mindestens einmal vor Ort - pro Quartal! Bayer führt das Feld an, gefolgt von Novartis und GlaxoSmithKline.



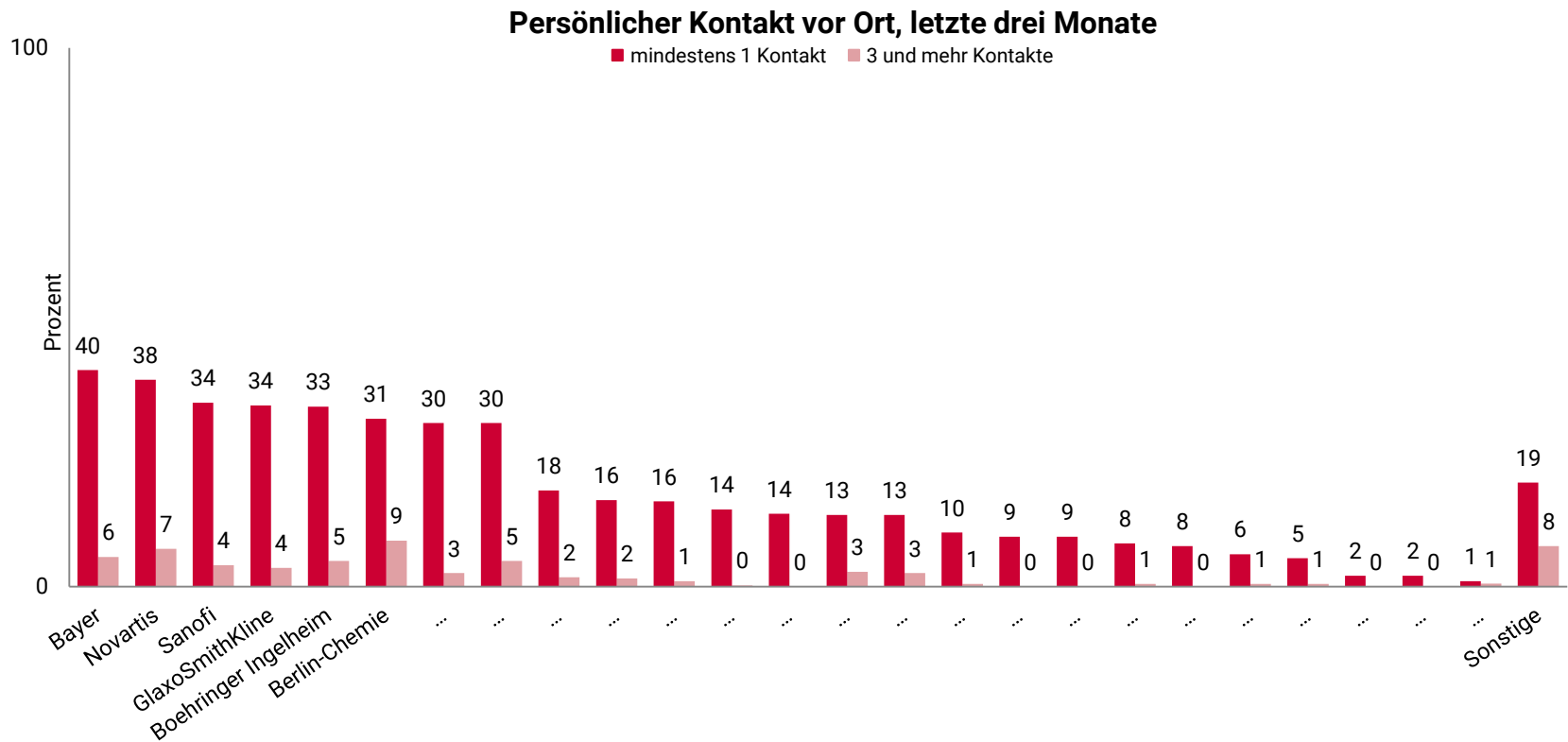
Quelle: DC Deep Dive Außendienst; Basis: n=398 Heilberufler; Feldzeit: 16.05.-14.06.2017
F4. Außendienstler vor Ort – letzte 3 Monate, *Mehrfachauswahl*



DocCheck Research

Persönlicher Kontakt vor Ort – letzte drei Monate

Die hohe Kontaktchance führt zu enormer Reichweite bei Bayer und Novartis auf Basis 1+ Kontakte; Pfizer hier nun auf Rang 7. Berlin-Chemie rangiert bei den 3+-Kontakten auf Rang 1.



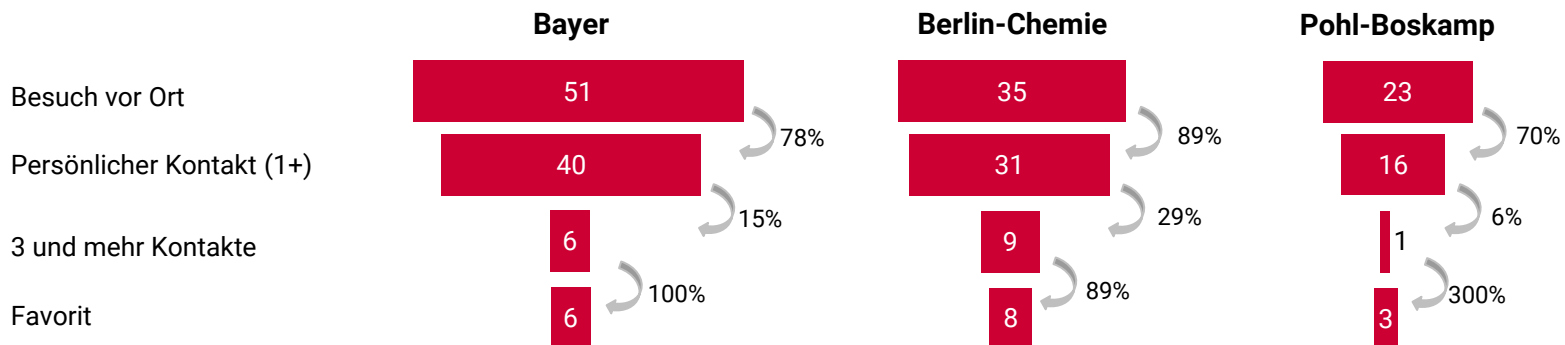
Quelle: DC Deep Dive Außendienst; Basis: n=398 Heilberufler; Feldzeit: 16.05.-14.06.2017
F5. Persönlicher Kontakt vor Ort – letzte drei Monate



DocCheck Research

Besuchs-Funnel – Wettbewerbsvergleich ausgewählter Hersteller

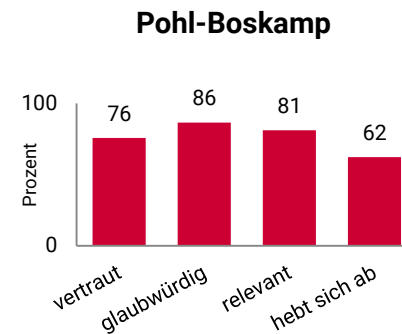
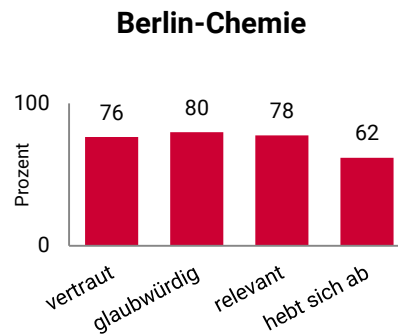
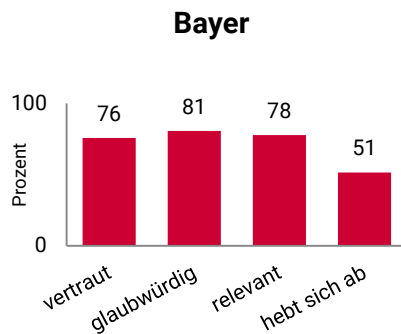
Bayer erzielt die höchste Besuchsrates, Berlin-Chemie erreicht hohe Conversion-Rates über den gesamten Besuchs-Funnel, Pohl-Boskamp treffen HCPs eher vereinzelt – jedoch gern!



Quelle: DC Deep Dive Außendienst; Basis: n=398 Heilberufler (randomisierte Auswahl von max. 5 Unternehmen)
Feldzeit 16.05.-14.06.2017; F6. Außendienstbewertung – REP Performance Indicators, Darstellung: Top-Two (eher/sehr)

REP Performance Indicators ausgewählter Hersteller

Die Außendienste von Bayer, Berlin-Chemie und Pohl-Boskamp erzielen bei drei von vier Kennwerten ähnlich starke Werte, beim KPI „hebt sich ab“ differenziert sich das Feld aus.

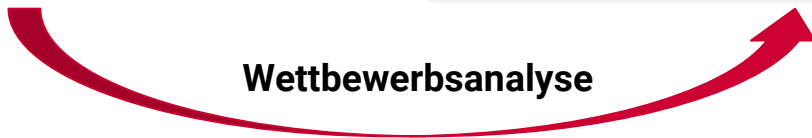
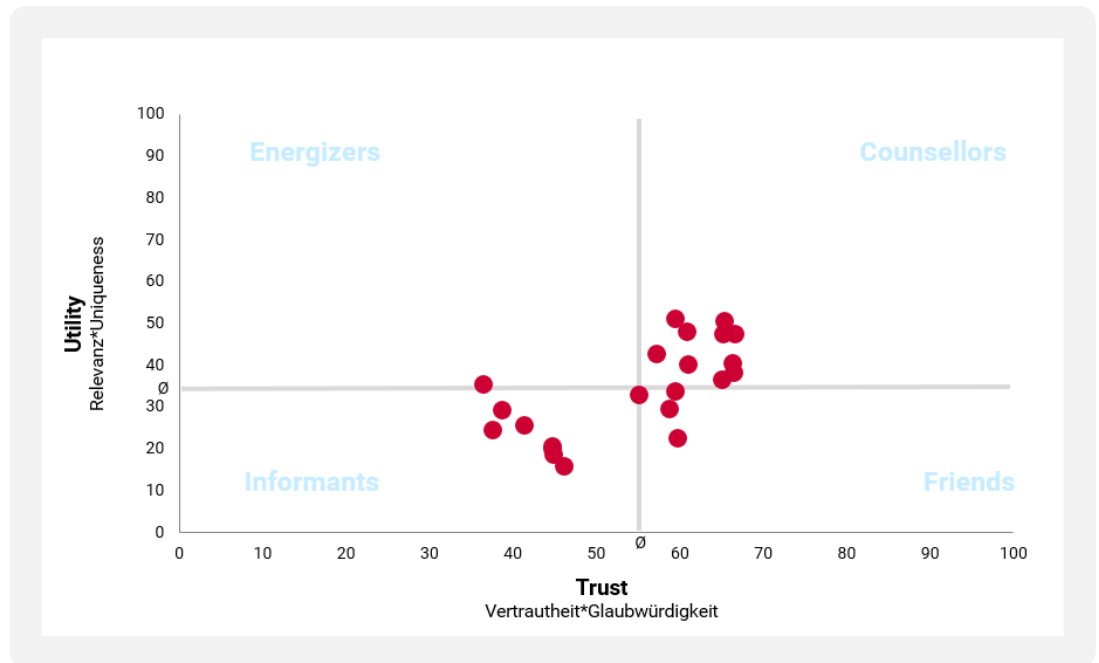
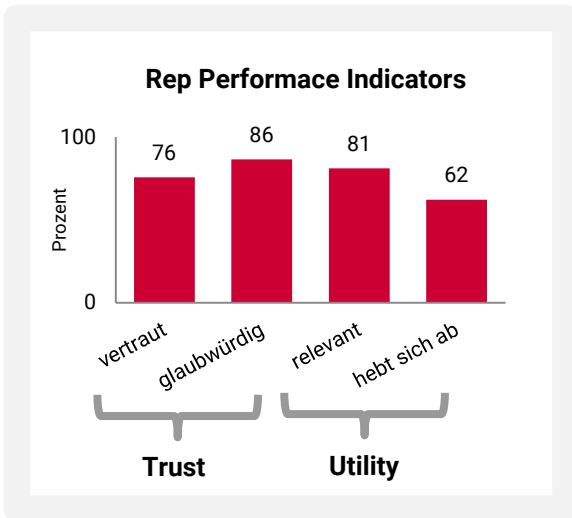


Quelle: DC Deep Dive Außendienst; Basis: n=398 Heilberufler (randomisierte Auswahl von max. 5 Unternehmen), Unternehmen n<10 nicht abgebildet; Feldzeit 16.05.-14.06.2017; F6. Außendienstbewertung – REP Performance Indicators, Darstellung: Top-Two (eher/sehr)



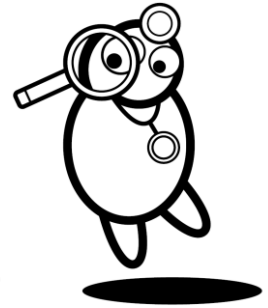
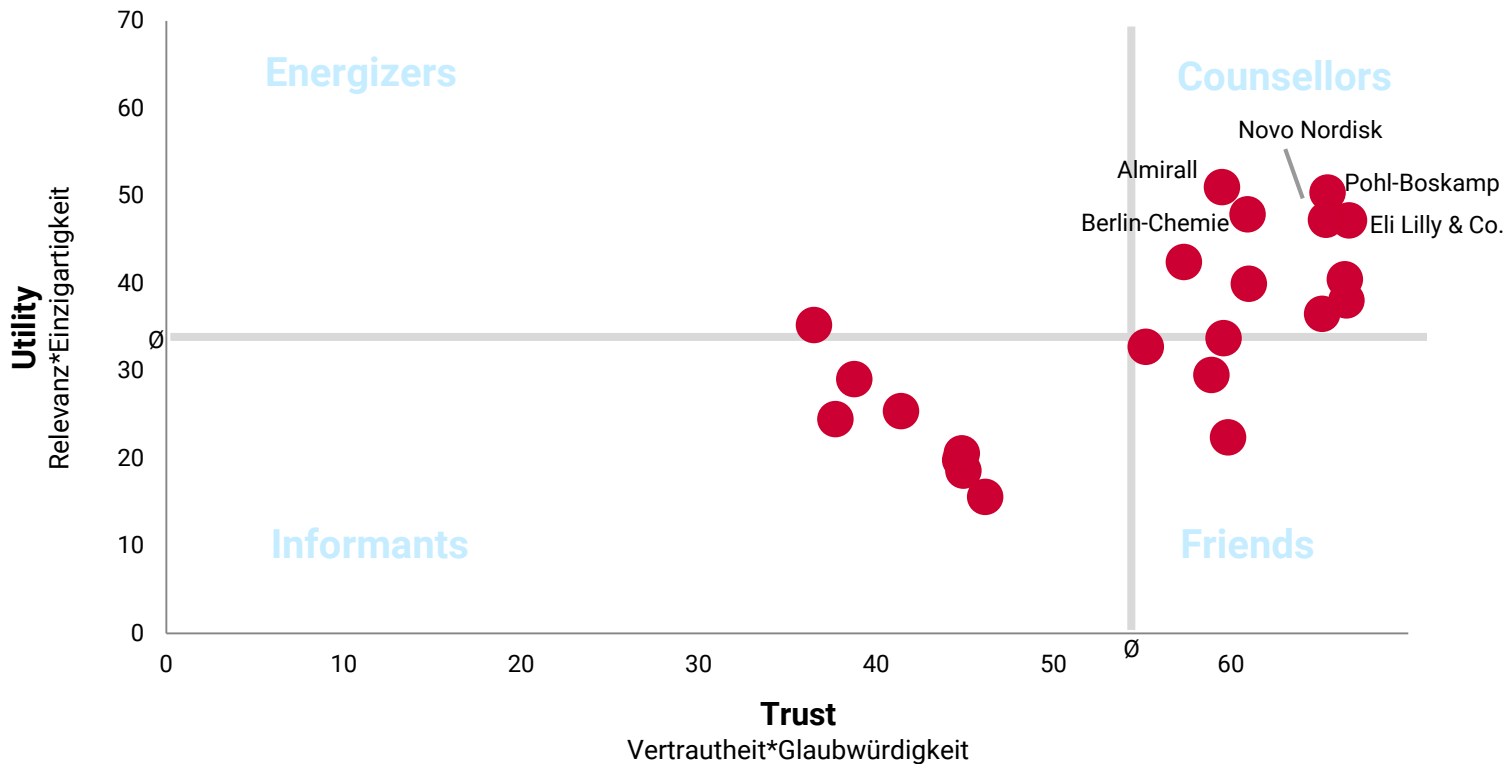
REP Performance Map

In der REP Performance Map werden die REP Performance Indicators auf zwei Dimensionen abgebildet: *Utility* (Relevanz*Uniqueness) und *Trust* (Vertrautheit*Glaubwürdigkeit)



REP Performance Map – Position ausgewählter Hersteller

Die Außendienste von Pohl-Boskamp und Berlin-Chemie gehören zu den Powerbrands – den „Counsellors“. Neben ihnen gibt es einige weitere starke Hersteller im Wettbewerbsumfeld.



Quelle: DC Deep Dive Außendienst; Basis: n=398 Heilberufler (randomisierte Auswahl von max. 5 Unternehmen), Unternehmen n<10 nicht abgebildet; Feldzeit 16.05.-14.06.2017; F6. Außendienstbewertung – REP Performance Indicators, Darstellung: Top-Two (eher/sehr)



DocCheck Research

Deep Dive Außendienst – Ihre Bestellung

Sie haben Interesse? Greifen Sie zu, es lohnt sich!

Sie wählen, wir liefern:

- | | Euro |
|---|-------------|
| <input type="radio"/> Ergebnisbericht Extended als PDF
119 Folien (dt.), inkl. Fragebogen,
Darstellung für HCPs Gesamt, Ärzte Gesamt, APIs, Fachärzte, Apotheker, Alter & Geschlecht (HCPs/Ärzte) | 790,- |
| <input type="radio"/> Ergebnisbericht als PDF
85 Folien (dt.), inkl. Fragebogen,
Version A: Darstellung für Ärzte Gesamt, APIs, Fachärzte, Alter & Geschlecht (Ärzte) <i>ODER</i>
Version B: Darstellung für HCPs Gesamt, APIs, Fachärzte, Apotheker, Alter & Geschlecht (HCPs) | 490,- |
| <input type="radio"/> Tabellenband in Excel
8 Tabellenköpfe: Gesamt, Berufsgruppe, Alter, Geschlecht, AD-Kontakt (ja/nein), Ortsgröße,
Praxis-/Apothekengröße, Berufsstatus (angestellt/selbstständig) | 390,- |
| <input type="radio"/> Zusatzanalysen
z.B. nach weiteren Splitgruppen | auf Anfrage |
| <input type="radio"/> Persönliche Präsentation in Ihrem Hause
inkl. Ergebnisbericht als PDF (dt.), Fragebogen & Tabellenband (USB-Stick) | 2.750,- |

Bestellung von:

Unternehmen: _____
(Firma & Geschäftsadresse)

Kontakt: _____
(Vor- & Nachname)

Bestellung senden an: dc-research@doccheck.com oder Fax-Nr.: +49(0)221 92053-133

Alle Preise zzgl. MwSt.; Reisekosten innerhalb Deutschland inklusive. Sobald Ihre Bestellung eintrifft, nehmen wir Kontakt auf.
Alle Studienrechte verbleiben bei DocCheck Research. Der Studierenerwerb berechtigt nicht zur Weitergabe der Inhalte an Dritte.
Es gelten die AGB der DocCheck Medical Services GmbH



DocCheck Research

Sie wollen mehr oder haben Rückfragen? Melden Sie sich gerne!

Ihr Kontakt bei DocCheck Research:



Anja Wenke
Head of DocCheck Research
anja.wenke@doccheck.com
Tel.: +49.221.92053-512



Swenja Mehring
Junior Research Manager
swenja.mehring@doccheck.com
Tel.: +49.221.92053-522



DocCheck Research