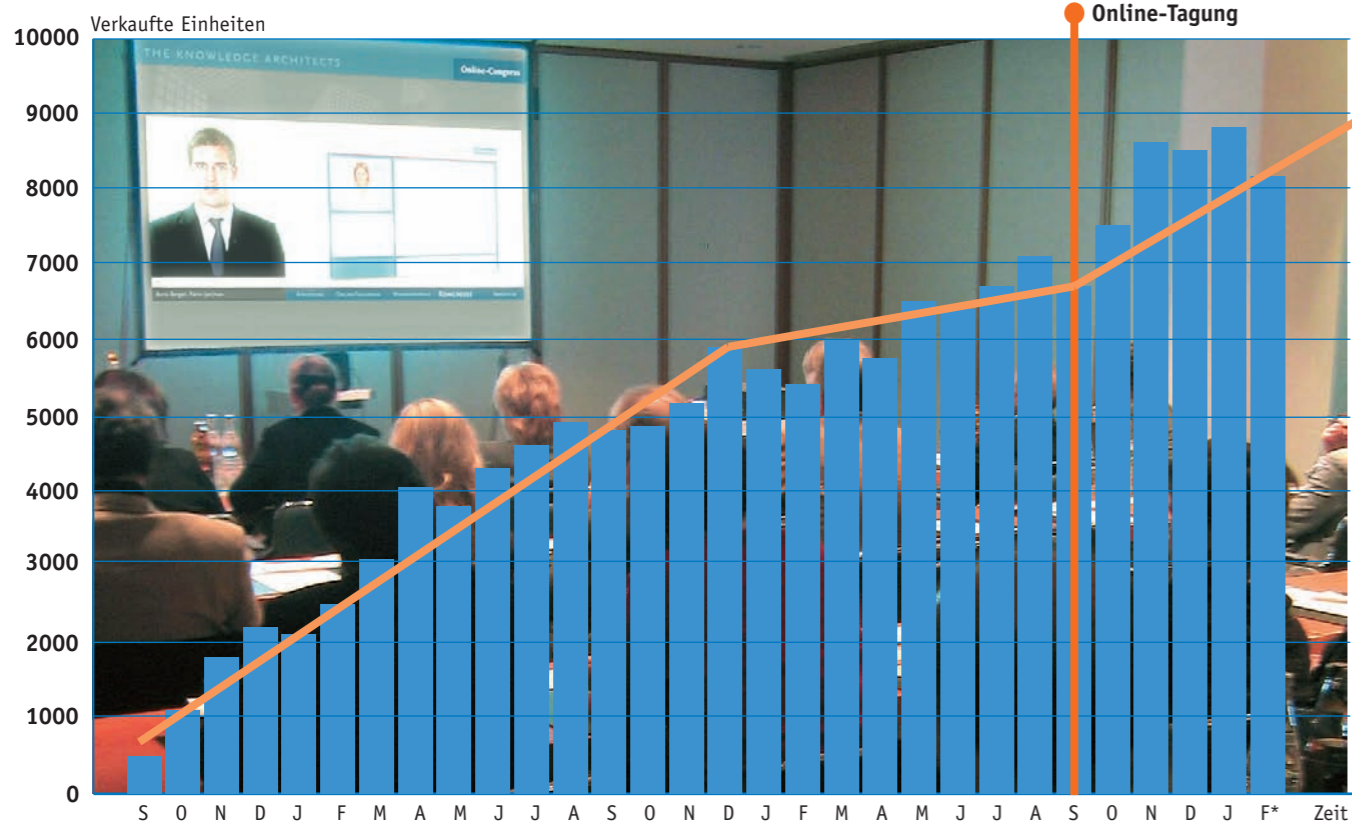


Erfolgreiche Motivation des Außendienstes



Quelle: IMS DPM, *Early Insight

Grafik: Arzneimittel Zeitung

Schneller auf den Stand der Dinge

Kosten senken, den Lernerfolg erhöhen und schneller auf den Markt reagieren können: Das verspricht die Online-Congress AG mit ihrem Angebot, Außendiensttagungen als Live-Webcast zu realisieren. Der auf Wissensvermittlung spezialisierte Dienstleister übernimmt sowohl Konzeption als auch alle technischen Aufgaben, um Information und Schulung der Pharmareferenten am Bildschirm umzusetzen.

Eine Präsenzveranstaltung mit mehreren hundert Mitarbeitern kostet viel Geld, erfordert eine zeitaufwändige Organisation und reduziert Feldtage. Mit einer Online-Übertragung lassen sich dagegen bis zu 80 Prozent der Ausgaben einer normalen Außendiensttagung einsparen, versichert Patric Jarchow, Director Healthcare bei Online-Congress. Darüber hinaus könne man den

Außendienst via Webcast sehr viel kurzfristiger auf neue Situationen im Markt einstellen oder auf den aktuellen Wissensstand zu seinen Produkten heben.

Besonderen Wert legt Jarchow auf die didaktischen Effekte einer Online-Tagung. So etwa sei es auf diese Weise möglich, den Außendienstmitarbeitern einheitliche Inhalte zu vermitteln, was bei mehreren, parallel zu einem Anlass stattfindenden Regionaltagungen kaum zu erreichen sei.

Auch die Nachhaltigkeit einer Schulung sei beim web-basierten Live-Kontakt größer, da auch O-Töne von Meinungsbildnern zugespielt werden können, 3D-Animationen, die ein Wirkprinzip veranschaulichen oder auch Filmsequenzen, die das ideale Arztgespräch zu einem erklärungsbedürftigen Produkt vorführen. Die Kommunikati-



So funktioniert eine Online-Tagung

Die Außendienstmitarbeiter der verschiedenen Regionen treffen sich in einem für sie günstig gelegenen Hotel, wohin die Sendung aus einem mobilen Studio, das in der Unternehmenszentrale aufgebaut ist, live übertragen und per Beamer auf eine Leinwand projiziert wird.

Die Vorträge von PMs, Außendienst- oder Marketingleitern werden von vorproduzierten Filmsequenzen ergänzt. Ein Moderator hält den roten Faden zwi-

schen Vorträgen, O-Tönen, Spielszenen und Animationen.

Zusätzlich lassen sich interaktive Elemente einbauen: beispielsweise eine TED-Umfrage, eine Abstimmung oder eine Frage-Antwort-Runde im Mail-Kontakt.

Der gesamte Vortrag erscheint in der Corporate Identity des Unternehmens beziehungsweise eines Produktes und kann im Firmen-Intranet, auf CD-ROM oder DVD gespeichert werden.

on mittels bewegter Bilder, so Jarchow, bewirke eine bessere Informationsaufnahme als Lesen oder Hören. Und schließlich ließen sich Tagungen auch auf CD, DVD oder im Firmen-Intranet archivieren und damit jederzeit wieder abrufen.

Für Kunden sei eine Online-Tagung kaum mit Aufwand verbunden, heißt es. So müsse das beauftragende Unternehmen lediglich einen Raum für ein Übertragungsstudio zur Verfügung stellen und die Inhalte der geplanten Veranstaltung skizzieren. Die bildhaft-filmische Umsetzung von Einspielern werde ebenso von Online-Congress besorgt, wie ein eventuell nötiges Kamera-Training



Patric Jarchow: Online-basierte Außendiensttagungen ermöglichen einen einheitlichen Informationsfluss an alle Mitarbeiter.

der Referenten, die komplette Abwicklung der Live-Sendung sowie die Betreuung der Mitarbeiter in den regionalen Empfangszentren.

Vom Storyboard bis zur Übertragung benötige man maximal drei Wochen Vorbereitung, versichert Jarchow. Es sei aber auch schon gelungen, im Falle der Marktrücknahme eines Konkurrenzproduktes den Außendienst eines Kunden innerhalb von nur vier Tagen auf die neue Situation einzuschwören.

Online Congress

Die Online Congress AG wurde 2000 gegründet. Das Unternehmen bietet online-basierte Dienstleistungen mit den Schwerpunkten Kommunikation und Wissensvermittlung. Zum Portfolio gehören die Organisation von Online-Kongressen, der Aufbau von Wissensportalen sowie die Konzeption und Umsetzung von Online-Tagungen. Online-Congress beschäftigt derzeit 30 feste Mitarbeiter und 20 freie. Bislang wurden seit Gründung für mehr als 160 Unternehmen europaweit Projekte realisiert. Zum Kundenstamm gehören u.a. Pfizer, Grünenthal, Boehringer Ingelheim, Astellas, BASF oder die Dresdner Bank.

Kontakt:

Online-Congress AG
 Rosenheimer Straße 145c
 81671 München
 089/459 95 28 - 0
 www.online-congress.com
 p.jarchow@online-congress.com

Web-Präsentation:

www.online-congress/ocint live/
 pharmavertrieb/preversion