

# „Der Weg ist das Ziel“

**Das Angebot erzeugt die Nachfrage:  
Erfolgreiche Ansätze einer Multi-Channel-  
Strategie**

Reinhard Rosenberger, 24. Jänner 2014



# „Der Weg ist das Ziel“

## 2 Möglichkeiten:

**1** Es gibt neue Wege bzw. Kommunikationskanäle über die wir an unsere Zielgruppe herankommen → das Ziel liegt darin, diese Wege zu beschreiten  
Bsp.: e-Mailing, Website, i-Pads, e-Detailing, e-Learning!

**PASSIV**

**2** Ich weiß, über welchem Weg/Kommunikationskanal meine Zielgruppe bevorzugt erreichbar ist → das Ziel liegt darin, den richtigen Kanal (richtigen Mix) für die entsprechende Zielperson zu wählen.

**AKTIV**



# Das **Angebot** schafft die Nachfrage – Marketing- und Kommunikationskanäle

Traditionelle Marketingkanäle:



Außendienst



Fachmedien



Veranstaltungen



Telefonmarketing



Direct Mail

Digitale Möglichkeiten:



E-Mail



E-Detailing/Tele-Detailing



Website/Plattform



E-Learning



Applikationen

**PUSH**

**PULL**



# Möglichkeiten **digitaler** Marketingkanäle

Technische Reichweite von annähernd 100% (jeder Arzt hat eine E-Mail-Adresse)!

Praktische Reichweite von max. 70% (MMA hat ca. 25.000 E-Mail-Adressen)

Newsletter	Anzahl	Öffnungsrate
ÄK Wien	11.900	60% (Eigenangabe)
meinDFP	14.900	39%
medONLINE	5.800	20%
Firmennewsletter	< 6500 (univadis)	?

E-Mails	Anzahl	Öffnungsrate
E-Detailing	< 25.000	12-20%
E-Mail-Blast	< 25.000	ca.15%



# Möglichkeiten **digitaler** Marketingkanäle

Technische Reichweite von ca. 97%\*

(\*Statistik Austria)

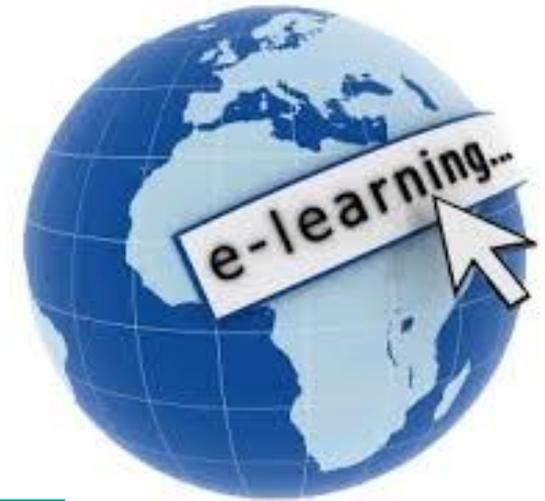
Praktische Reichweite bis ca. 59%\*

(Manhattan Research 2011))



Plattform	Registrierungen	Verbreitung
meinDFP.at	25.000	Ö
medONLINE.at	4.000	Ö
Colliquio.de	85.000 (6.000)	D (Ö)
Doktors.uk.net	205.000	UK
Pharmaseiten	1.000 – 2.000	Ö

# Möglichkeiten digitaler Marketingkanäl



Technische Reichweite von 97%!

Praktische Reichweite bis ca. 59%

Anbieter	E-Learning	Anzahl
meinDFP.at	Literaturfortbildung , Blended Learning, Kurse	233 2 (Schulärzte, Kur) 1 (Diabetes)
medONLINE.at	Kurse, Literatur, Webinare	86
univadis.at	Kurse, Videos, Lernings, Symposien	447 (126 Deutsch)
diplomfortbildung.at	Literatur, Kurs	57
universimed.at	Kurs	2

# Möglichkeiten **digitaler** Marketingkanäle



**Technische Reichweite von 81%\***

\* Erhebung 2012 – Manhattan Research

**Praktische Reichweite bis ca. 59%\*\***

\* Erhebung 2011 – mindtake Research

Zielgruppe	APP	gekauft/gratis
Fach (ÄrztInnen)	Antibiotika-APP, Benlysta Rechner, Diagnosia, ÖGIM, ...	gekauft gratis gekauft gratis
Konsument	MySugr, MeineMedizin, Mein Gesundheitstagebuch, Rheuma Aktiv, ApothekenAPP, Impfmanager, VorsorgeAPP, ...	Gratis oder gekauft

# Multi-Channel-Strategie (passiv) anhand des Konzepts F/LIP

Kooperation Medizin Medien Austria mit der Fachgesellschaft ÖGIM

Veranstaltungsserie, 6 x jährliche – mit Digi-Vote-System

Aufbereitung der Vorträge auf medONLINE.at

Zusammenfassung der Vorträge im CliniCum Sonderteil „ÖGIM F/LIP“

ÖGIM F/LIP Gefäße

Österreichs modernstes internetisches Bildungsformat für alle fertigen bzw. in Ausbildung stehenden Fachärzt:innen.  
Wissenschaftliche Leitung: Univ.-Prof. Dr. Florian Thalerhammer

Montag, 24. März 2014, 17.00–20.15 **Jetzt anmelden!**

**PAVK**  
Univ.-Doz. Dr. Martin Schillinger, Wien

**Management venöser Thrombosen**  
Univ.-Prof. Dr. Paul Kyrle, Wien

**Vaskulitiden**  
Priv.-Doz. Dr. Daniel Aletaha, Wien

**Katheterinfektionen**  
OA Dr. Oskar Janata, Wien

Raiffeisen-Forum Wien, Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Platz 1, 1070 Wien  
U-Bahn: U4 Schwedenplatz, U1 Schwedenplatz / Straßenbahn: N. 23, 1, 2 Schwedenplatz / Autobus: 2A  
Parkgarage APCOA: Morzinplatz 1, Lilienbrunnengasse 7-9 (Donauböschung)  
Informationen und kostenlose Anmeldung: [www.oegim-flip.at](http://www.oegim-flip.at)

Logos: ÖGIM, DFP, Bristol-Myers Squibb, MEDIZIN MEDIEN AUSTRIA, ÖGIM Österreichischer Gesellschaft für Innere Medizin, Biotin für A Better Life, LERNEN MIT ALLEN SINNEN



# Multi-Channel-Strategie (aktiv) anhand des Konzepts „Fortbildung am Punkt exklusiv“

Fortbildungsserie in ganz Österreich, vorgegebene Indikation, Zielgruppe: am Thema interessierte GPs und Internisten,

## Aufgabenstellung:

Am Thema interessierte Ärzte lokalisieren.

Auf Basis dessen die Veranstaltungsort(e) festsetzen.

Potentielle Teilnehmer einladen.

Garantierte Teilnehmerzahl !



# Multi-Channel-Strategie anhand des Konzepts „Fortbildung am Punkt exklusiv“

Vorgehensweise:

DYT-Analyse als Basis.

Orte Klagenfurt, Graz und Wien festgelegt.

Einladungen werden über Print und Online breit gestreut (Kooperationen mit Landesärztekammern).

Intensives Nachfassen über bevorzugten Kanal (E-Mail und/oder Telefon)!

