

# Erfolg mit doppeltem Außendienst

Im Zuge des Verbotes FCKW-haltiger Applikationen für Antiasthmatika hat die italienische Chiesi Farmaceutici, Mutterkonzern der Asche Chiesi GmbH, die Dosier-Aerosol-Technologie weiterentwickelt. Während die Mitbewerber zum Teil auf Pulver-Inhalatoren umgestiegen sind, konnte Chiesi dank der Modulite Technologie unter anderem eine neue Fixkombination als Dosieraerosol entwickeln, die Asche Chiesi Ende

2006 als Foster® in den Markt brachte. Die Herausforderung war es, mit einem relativ kleinen Asche Chiesi Außendienst von 62 Mitarbeitern, dieses Produkt in einem Markt zu etablieren, der bis dahin von zwei großen Wettbewerbern dominiert wurde. Mit Unterstützung des Pharmadienst-

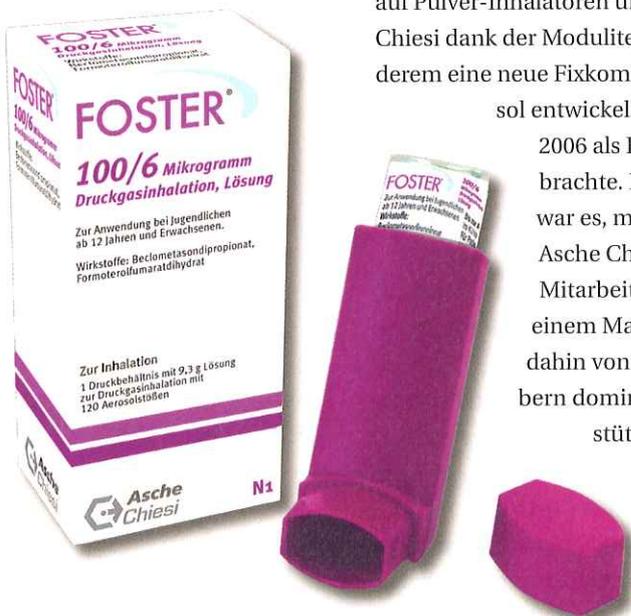
leisters Marvecs gelang es, Foster® erfolgreich einzuführen – mit Ergebnissen, die deutlich besser waren, als erwartet.

Die Grundidee für die Einführung war einfach: Die Kapazitäten des bestehenden Außendienstes von Asche Chiesi sollten verdoppelt werden. Und dies im wahrsten Sinne des Wortes. Denn statt einfach ein zusätzliches Team beim Dienstleister aufzubauen, lautete die Vorgabe, den Asche Chiesi-Außendienst zu spiegeln: 62 Mitarbeiter in 31 Gebieten mit fünf Regionalleitern sollten völlig gleich organisiert werden. „Aus unserer Sicht war dies die beste Lösung. Denn so konnten wir den externen Außendienst leichter einbinden. Und auch die Erfolgszuordnung zu den einzelnen Teams gestaltete sich so klarer“, beschreibt Vertriebsleiter Armin Buderus die Vorgaben. Marvecs hat sich nicht nur auf diese Vorgaben eingelassen, sondern sie dann vor allem auch sehr schnell und flexibel umgesetzt“, so Buderus anerkennend.

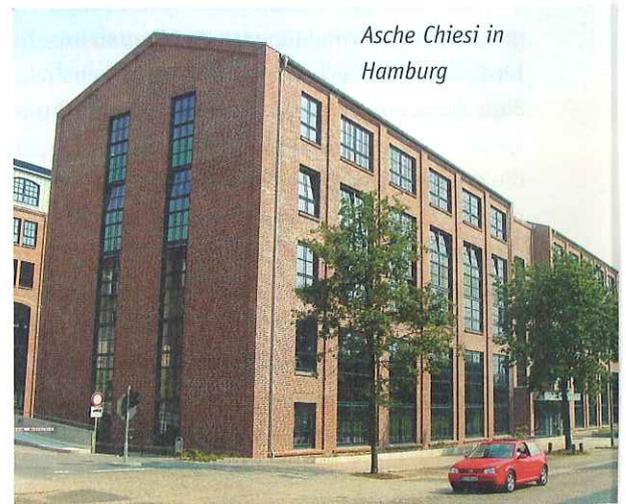
Für die deutsche Foster®-Einführung sollten die insgesamt rund 940 Pneumologen sowie rund 20.000 praktischen Ärzte und Internisten gezielt angesprochen werden. Dabei konzentrierte sich

der Außendienst von Asche Chiesi auf die Pneumologen und ausgewählte Praktiker, während das Marvecs-Team vor allem Hausärzte besuchte.

Dabei unterzog sich auch das externe Team einer strikten Erfolgskontrolle. So wurden während der ersten zwölf Monate insgesamt drei Day-after-Visit-Recalls durchgeführt, bei denen eine jeweils repräsentative Gruppe der besuchten Ärzte befragt wurde. Das Ergebnis: sowohl die internen als auch die externen Außendienst-Teams erzielten ausgesprochen gute Ergebnisse. Die guten Bewertungen schlugen auch in den tatsächlichen Ergebnissen nieder. So gelang es in den ersten zwölf Monaten den Marktanteil auf mehr als fünf Prozent zu steigern. Rund 180.000 Packungen wurden verkauft, der Umsatz lag bei etwa 6,5 Millionen Euro. „Damit wurden die Erwartungen, die wir an diese Einführung gelegt hatten, sogar übertroffen, denn die beiden Teams lagen von Beginn an über dem Plan“, so das Resümee von Armin Buderus. „Ein wesentlicher Erfolgsfaktor war dabei sicherlich auch die Flexibilität von Marvecs, die sich für uns ausgezahlt hat“, so Buderus weiter. Deswegen wurde das Projekt im Juli 2007 auch verlängert. Ende des Jahres übernahm der Asche Chiesi-Außendienst, der bis dahin auf 117 Köpfe ausgebaut wurde, wieder alleine das Ruder. Und: einige dieser neuen Außendienstler stammen auch wieder von Marvecs.



Wurde mit Hilfe externer Außendienst-Unterstützung erfolgreich eingeführt: das FCKW-freie Inhalator-Präparat Foster®.



Asche Chiesi in Hamburg