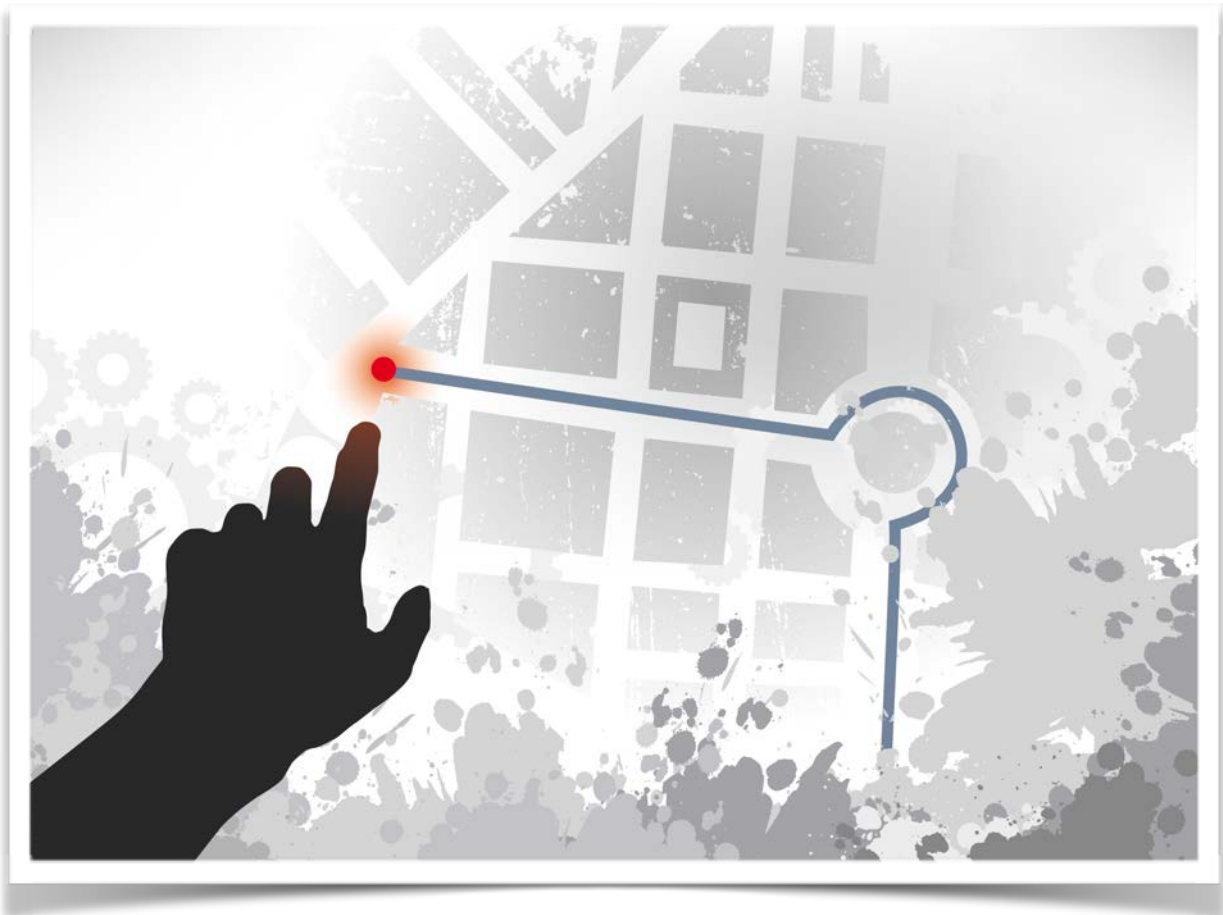


Bio-Kommunikation

- Der Weg zum Erfolg -



Prozessbeschreibung

Projektbeschreibung

Markteinführung eines Medizinproduktes auf einem stark umkämpften Markt.
Die Kommunikationsstrategie sollte die Bedürfnisse der Zielgruppe in den Mittelpunkt stellen. Da die Abgrenzungsmerkmale zu Mitbewerbern des Produktes selbst nicht ausreichend signifikant waren, zielte der Kommunikationsinhalt schwerpunktmäßig auf die Gefühls- und Entscheidungsmotivation der Abnehmer.
Um diese Kommunikationsstrategie in relativ kurzer Zeit in den gesamten Außendienst und die Führungsebene zu lehren und zu trainieren, setzen wir das STRUCTOGRAM®-Trainings-System mit der zugehörigen Biokommunikation ein.

Das Ergebnis dieser Strategie war die beste Markteinführung seit bestehen des Unternehmens.

Im folgenden, finden Sie den Prozessablauf systematisch dargestellt.



Vorgehensweise

Strategieworkshop im September 2013

Erster Strategieworkshop, Erarbeitung eines Ablaufplanes, Festlegung eines Projektteams

Anwesende: Geschäftsleitung, Marketing, Medizin, Außendienstleiter, SalesLearning



Meeting mit dem Projektteam im November 2013

Ziel: Ausarbeitung einer Schulungsstrategie zur Markteinführung des Produktes sowie zur Planung der Kommunikationsstrategie

Anwesende: Teamleiter, Marketing, SalesLearning



Schulung der Teamleiter Anfang Dezember 2013

in Structogram, Triogram & Bio-Kommunikation

Anwesende: Marketing, Teamleitung, SalesLearning



Interviews mit den Ärzten Mitte Dezember 2013

Ziel: Analyse der Entscheidungsmotivation

Anwesende: Medizin, Marketing, SalesLearning



Ausarbeitung der Kommunikationsleitfaden Ende Dezember 2013

(Bio-Kommunikation) für den Außendienst und die Teamleitung

Anwesende: SalesLearning



„Train-the-Trainer“ der Teamleiter im Januar 2014

1-tägiges Bio-Kommunikationstraining für den Außendienst, Ausarbeitung der Marketingstrategie unter Einbeziehung der Bio-Kommunikation

Anwesende: Teamleiter, SalesLearning



Schulung des Außendienstes (Modul 1)

Anfang Februar 2014

in Structogram und Triogram

Anwesende: Außendienst, SalesLearning



Schulung des Außendienstes (Modul 2)

Mitte Februar 2014

1-tägiges Bio-Kommunikationstraining des Außendienstes, Vorstellung des Kommunikationsleitfaden durch die Teamleiter

Anwesende: Außendienst, Teamleiter, SalesLearning



Einführungsveranstaltung Ende Februar 2014

- Wissenschaftliche Abhandlungen
- Workshop zur Festigung der Kommunikationsstrategie am Markt
- Austeilung von „Kittelkarten“ zur Unterstützung

Anwesende: Geschäftsleitung, Marketing, Außendienstleiter, Teamleiter, Außendienst, Medizin, SalesLearning



Markteinführung Anfang März 2014



Schulung des Außendienstes (Modul 3)
Mitte bis Ende März

Lehrgang „Schlüssel zum Kunden“
Ziel: Optimierung und Festigung der
Bio-Kommunikationsstrategie

Anwesende: Außendienst, SalesLearning



Kontakt

SalesLearning-Bürder

Koblenzer Weg 33
56295 Lonning

Tel: 02625 - 95 88 30
Fax: 02625 - 95 33 31
Mobil: 0160 - 96 35 18 66

Mail: info@saleslearning.de
Netz: www.saleslearning.de

Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein.

(Philip Rosenthal, Unternehmer, 1916)

