




DEEP DIVE  
**CLOSED LOOP  
CONSULTING –**

Daten als Grundlage für erfolgreiche  
AIS-Kommunikation

---

Ralph Roman Moser,  
Dr. Andrea Cordes,  
Dr. Ralf Kettenbach

 **intermedix**



Als digitales Herzstück der Praxis deckt das Arztinformationssystem alle relevanten Touchpoints im Verordnungsprozess ab



- › Patientenakte
- › Arzneimitteldatenbank
- › Rezeptformular
- › Überweisung
- › Abrechnung
- › Termine

## intermedix erreicht mehr als jeden zweiten niedergelassenen Arzt in Deutschland



› Software vom Pionier:  
CompuGroup Medical (CGM)

› Größte Reichweite in Deutschland:

62.000 niedergelassene Ärzte

Mehr als jeder zweite niedergelassene Arzt



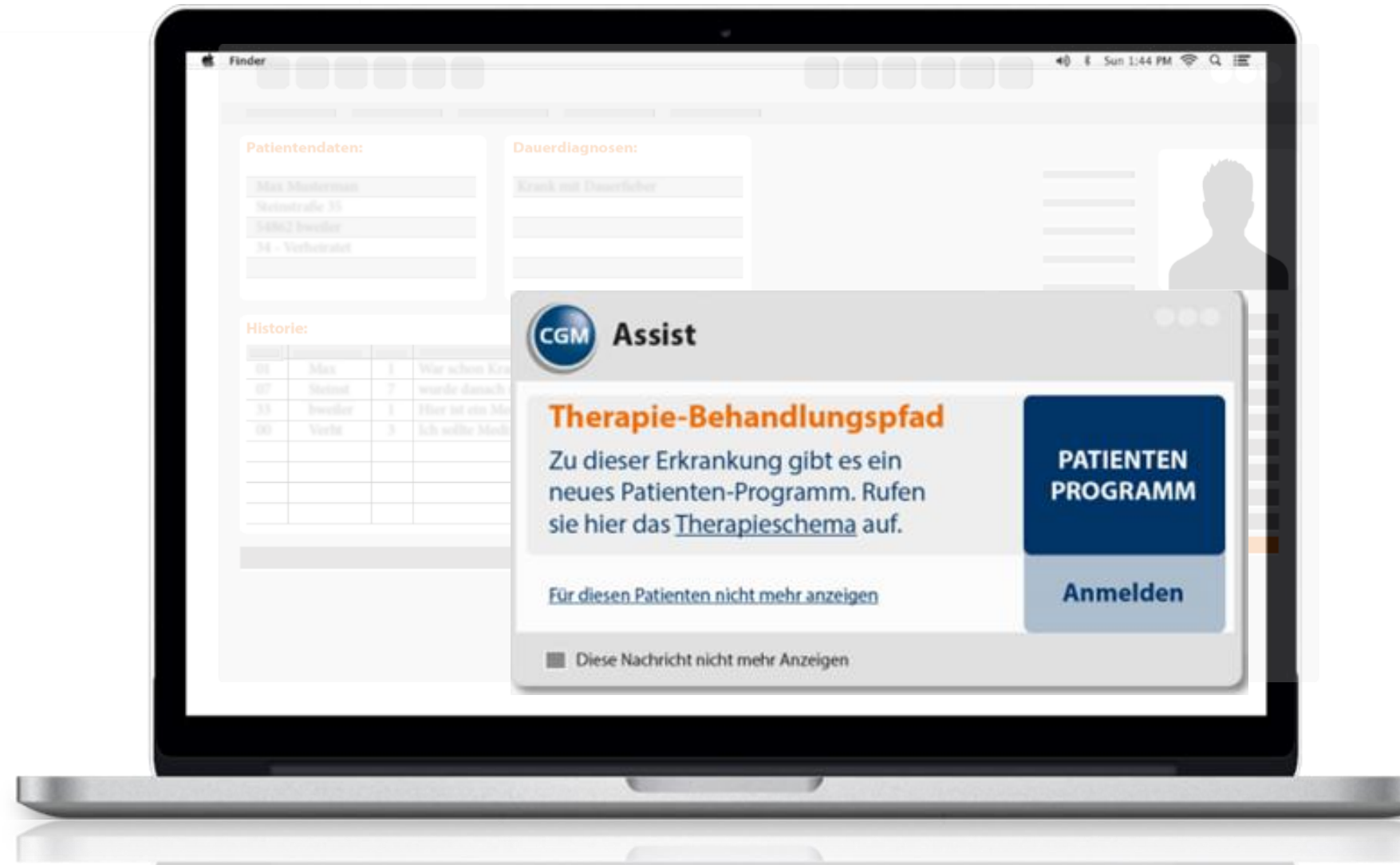
# Über kontextsensitive Banner-Kommunikation werden Ärztinnen und Ärzte im entscheidenden Moment erreicht

Beispiel: VOR der Verordnung im AIS auf unbefülltem Rezept.

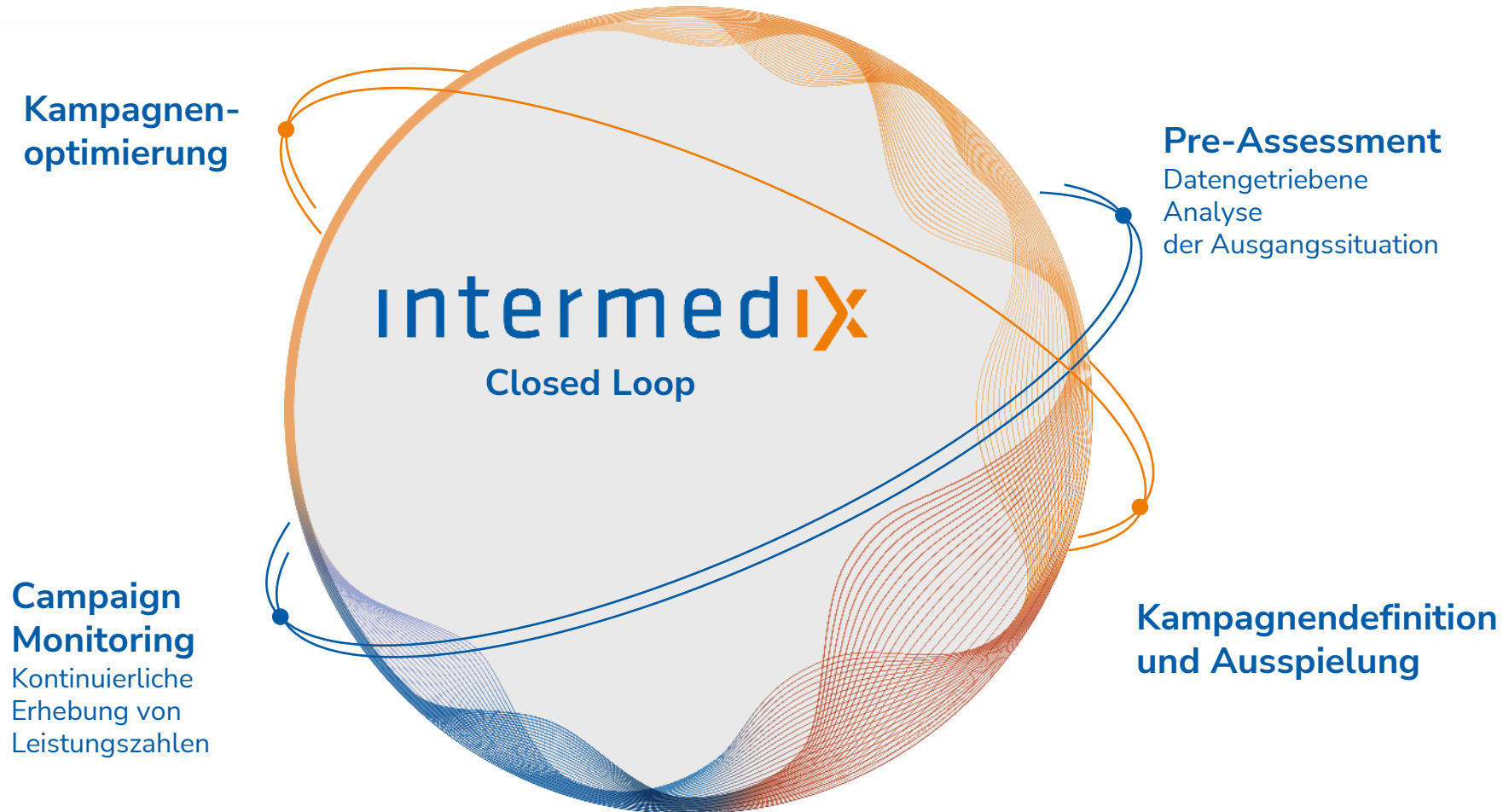


# Kommunikation medizinisch-wissenschaftliche Botschaften und Patientengruppenidentifizierung mittels intelligenten Assistenten

Beispiel:  
Aufmerksamkeitsstarker  
Hinweis für ein neues  
Patientenprogramm.

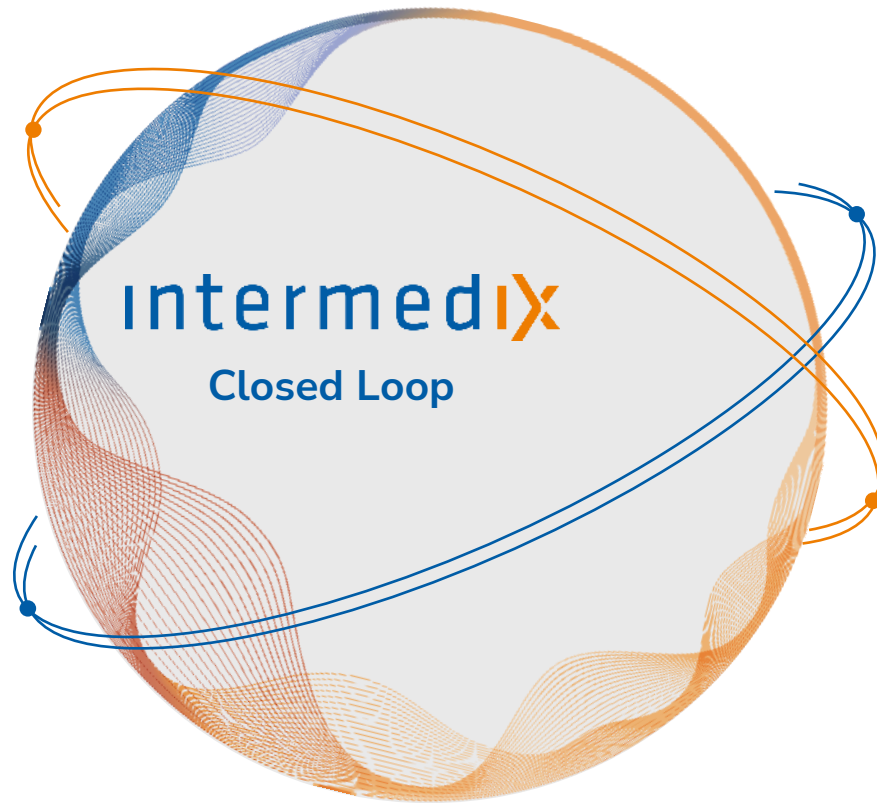


Der Closed-Loop-Beratungsansatz stellt sicher, dass die Kampagnen-wirksamkeit kontinuierlich maximiert wird





Die datenbasierte Analyse der Ausgangssituation ist neben der Kampagnenzielsetzung Grundlage für das Kommunikationskonzept



## 1. Erarbeitung der Kampagnenzielsetzung

## 2. Pre-Assessment, z.B. auf Basis von

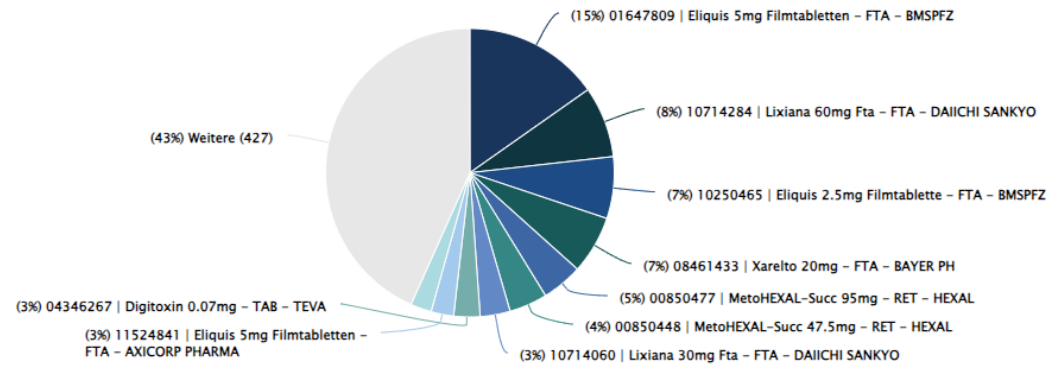
- › Diagnosedaten
- › Verordnungsdaten inkl. Wettbewerb
- › Abrechnungsdaten
- › Laborwerten



# Die datenbasierte Analyse der Ausgangssituation ist neben der Kampagnenzielsetzung Grundlage für das Kommunikationskonzept

## Verordnete PZN bei Vorhofflimmern und Vorhofflattern (148) Diagnosestellungen

Deutschland, in absolut



Quelle: CGM Arztpanel

PDF PNG JPG XLSX CSV

Therapy	
<b>drug-based</b>	
PZN	
Name of PZN	
ATC	
Name of ATC	
Number of packages	
Type of prescription	
Dosages	
Aut idem note	
<b>non-drug based</b>	
Billing codes	
Name of billing codes	
Multipliers	
OPS	
DMP	
H <sub>z</sub> V	
Remedies	
Hospitalisation	
Referral to another specialty	
sick leave	
<b>Diagnoses</b>	
ICD-Code	
Acute or chronic	based on doctor input
Diagnoses reliability	G/Z/A/V
Localisation	
Name of diagnoses	
<b>Lab values</b>	
Short form	
Value	
Min-Max References	
Lab-Parameter-Name	
Unit	
LD72	
LD73	
<b>Patient based</b>	
Blood pressure	
Height	
Weight	
Age	
Gender	
Smoking status	<5% documented
Type of insurance	
<b>Doctor based</b>	
Age	
Gender	
Region (state, "Bundesland")	
Specialty	
ID-Patient	
ID-Arzt	
<b>Time stamp</b>	
Time stamp	usually daily

# Relevanz, Kontext und Timing der Kommunikationsmaßnahme stehen im Mittelpunkt der datenbasierten Beratung vor Kampagnen-Rollout



### 3. Definition

des initialen Kampagnensetups

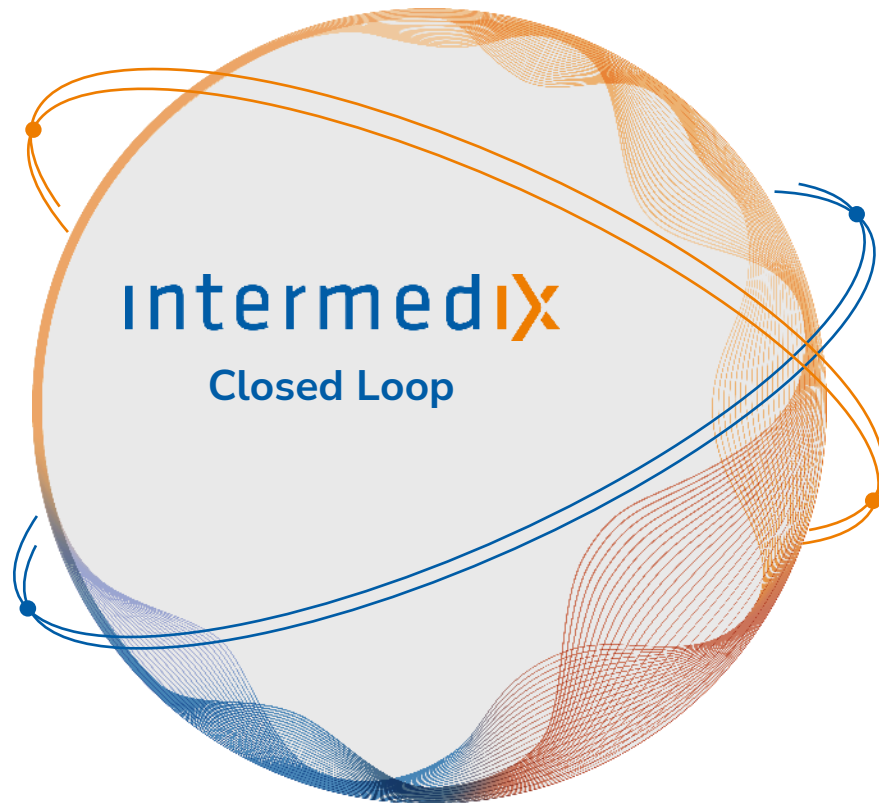
### 4. Beratung

zur Ausgestaltung der Kommunikationsmaßnahme

### 5. Rollout und kontextsensitive Auspielung

der Kampagne bei bis zu 62 Tsd. niedergelassenen Ärztinnen und Ärzten

## Das Campaign Monitoring zeigt quartalsweise die Leistungsdaten der Kampagne auf



### 6. Informationen bspw. zu:

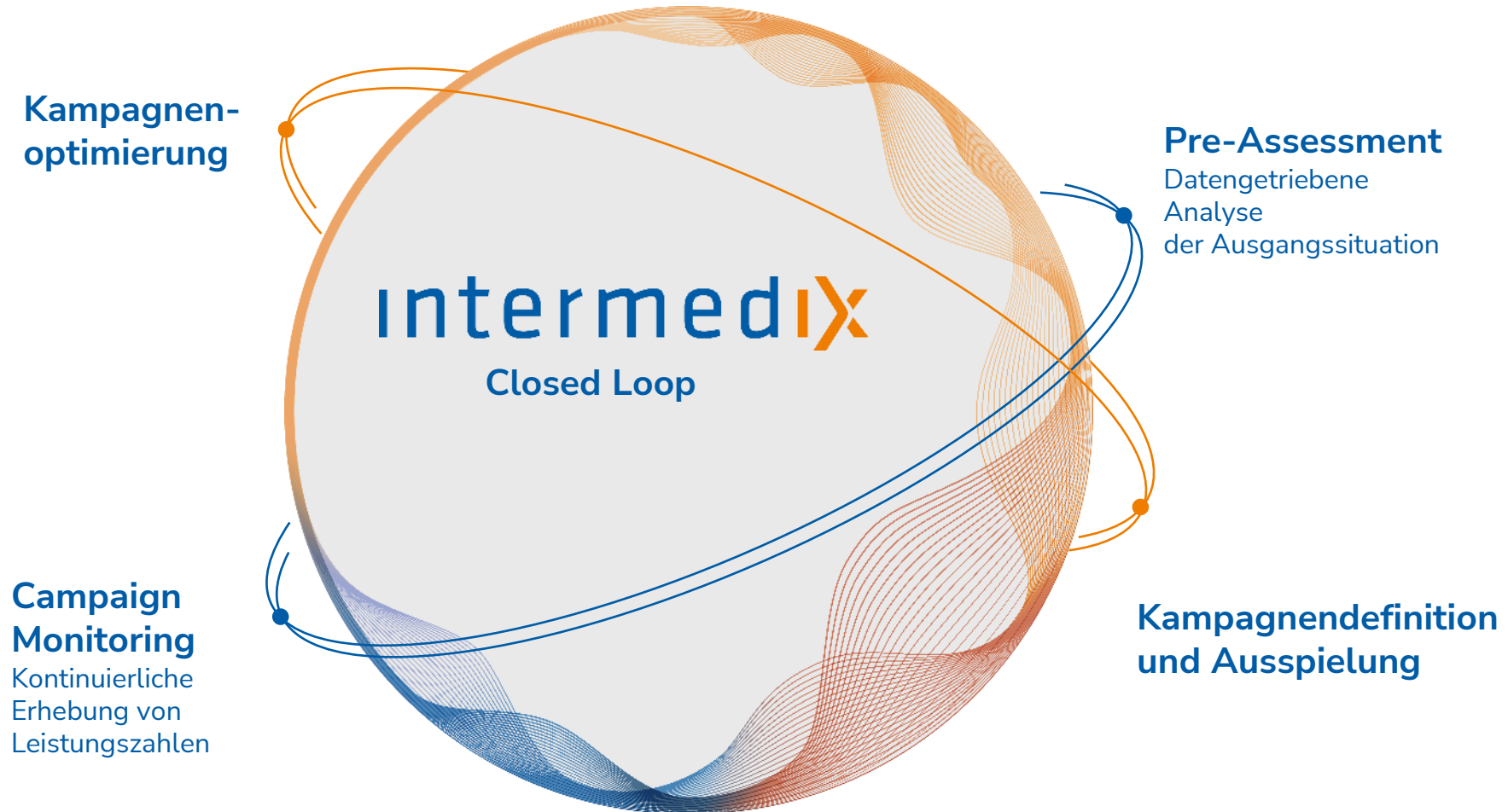
Impressions, erreichten Ärzten,  
Kommunikationskontexten, Interaktionen

liefern regelmäßig Einblicke zur Resonanz des  
Kampagnensetups im täglichen Praxisalltag und zeigen  
ggf. Optimierungsmöglichkeiten auf

# Das Campaign Monitoring zeigt quartalsweise die Leistungsdaten der Kampagne auf



# Der Closed-Loop-Beratungsansatz stellt sicher, dass die Kampagnen-wirksamkeit kontinuierlich maximiert wird



# WIE LÄSST SICH VERTRIEB EFFEKTIV AUF DIE „NEUE NORMALITÄT“ EINSTELLEN?



Gesundheitswesen überlastet



F2F-Kontakte eingeschränkt



Vertriebsaktivitäten  
vermehrt outgesourct



Umstellung auf digitale Arbeit



Agiles Reagieren auf  
Veränderungen immer wichtiger



Die Veränderungen der letzten Jahrzehnte stellen den Vertrieb vor viele neue Herausforderungen.



Mit einer Zielgruppenüberprüfung unterstützen wir Sie dabei, die Effektivität Ihrer Vertriebsmodelle zu sichern





**PREMIUMANSATZ:**  
ARZTTARGETING+

**BASISANSATZ:**  
ARZTTARGETING



# UNSERE PASSGENAUEN ANSÄTZE FÜR IHRE INDIVIDUELLE HERAUSFORDERUNG

## PREMIUM

### Produkt: Arzttargeting+

- + **Besonderheit:** Trustcenter-Ansatz
- + Verordnungsinformationen auf Einzelarztebene (ca. 80% Abdeckung), veredelt mit dem IH Targeting-Cube, erzielen eine sehr genaue Schätzung des Verordnungspotenziale einzelner Ärzte.
- + Maßgebend für die Schätzung ist das IH Targeting-Cube und das tatsächliche Verordnungsvolumen.

## BASIS

### Produkt: Arzttargeting

- + **Besonderheit:** modellbasiert
- + Regionale Verordnungsinformationen werden auf Einzelarztebene disaggregiert mit Hilfe eines statistischen Modells.
- + Maßgebend für die Verteilung ist das IH Targeting-Cube und das Arztprofil.

## ALTERNATIV

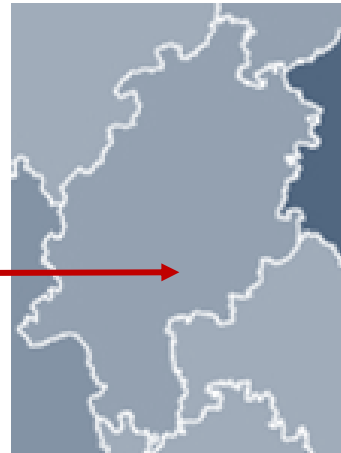
### Produkt: Arztklassifikation

- + **Besonderheit:** Regionale Hotspots & Arztliste
- + Regionale Verordnungsinformationen werden als Clusterbewertung angezeigt.
- + Ärzte mit relevanten Facharzt(unter)gruppen werden an die regionalen Zellen drangespielt.
- + Das Verordnungspotenzial der Ärzte wird nicht weiter differenziert.



Erfolgsmessung

## Erfolgsmessung durch A/B-Analyse



### BL oder KV-Ebene

Je nach Indikations- und Facharztgruppe wird ein beispielsweise ein BL als Kontrollgruppe nicht "bespielt"



# VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

---

Ralph Roman Moser,  
Dr. Andrea Cordes,  
Dr. Ralf Kettenbach

 **intermedix**



# WIE LÄSST SICH VERTRIEB EFFEKTIV AUF DIE „NEUE NORMALITÄT“ EINSTELLEN?



Gesundheitswesen überlastet



F2F-Kontakte eingeschränkt



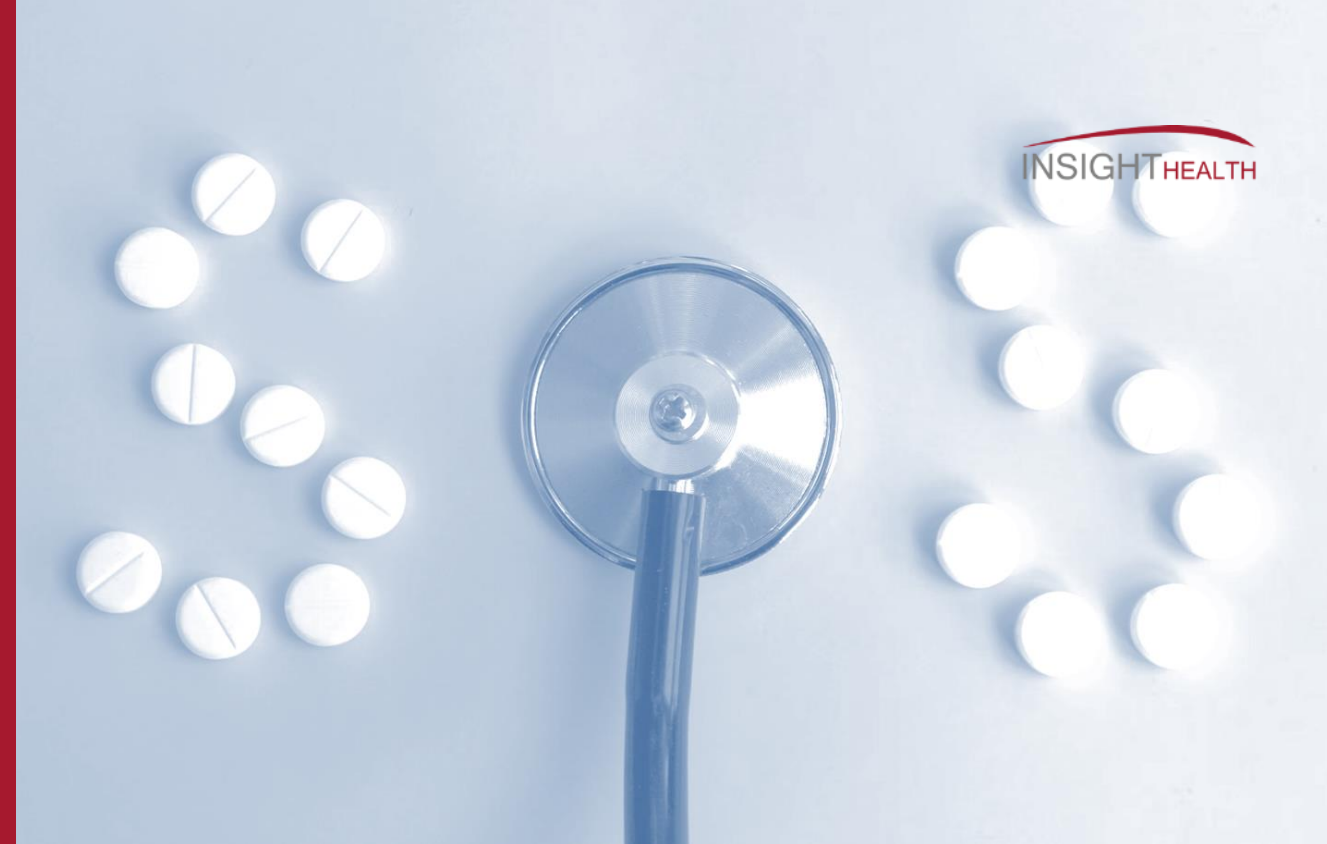
Vertriebsaktivitäten  
vermehrt outgesourct



Umstellung auf digitale Arbeit



Agiles Reagieren auf  
Veränderungen immer wichtiger



- + Die Veränderungen der letzten Jahrzehnte stellen den Vertrieb vor viele neue Herausforderungen.
- + **Mit einer Zielgruppenüberprüfung unterstützen wir Sie dabei, die Effektivität Ihrer Vertriebsmodelle zu sichern**