

# The Astra Zeneca CRM - Way to Success

Mag. Klaus Fister  
Manager Information Services  
AstraZeneca Österreich GmbH

AstraZeneca 

# Inhalt

- AstraZeneca
- Kundenstammdaten – Wie das Thema Datenclearing bei AstraZeneca gelöst wurde
- Performance Tracking / Selbstmonitoring – Wie der Außendienst seinen Erfolg überwacht
- Die update.pda (Erfolgs-) Story

**AstraZeneca**

# AstraZeneca

- Forschendes Pharmaunternehmen
- Weltweit Rang 6 (2005)
- Österreich Rang 6 (Umsatz 2005 EUR 118,5 Mio)
- Nur Vertrieb in Österreich
- 6 Produktlinien (CV, GI, RES, CNS, ONKO, HOSP)
- 155 Mitarbeiter (100 Außendienst)
- Ein Standort
- Marketing.manager seit 1997
- Laptops (update.win) und PDAs (update.pda) im Außendienst
- Breitbandverbindung im Außendienst (DSL oder 3G)

# **Kundenstammdaten – Datenclearing**

# Kundenstammdaten - Datenclearing

- Ausgangslage 1
  - Außendienst war selber für Stammdaten verantwortlich
  - Kennt Kunden am besten
  - Eigenverantwortung auf sehr unterschiedlichem Niveau...
  - Auf längere Sicht nicht zielführend
- Ausgangslage 2
  - Stammdatenwartung für Außendienst gesperrt
  - Wurde durch Innendienst erledigt (Assistentinnen)
  - Für jede Produktlinie eigener Ansprechpartner im Innendienst
  - Kommunikation AD <-> ID nicht formalisiert und schon gar nicht protokolliert
  - Telefon, E-Mail, SMS, Zuruf, Papier
  - Besser als ursprünglich aber weitere Optimierung möglich

# Kundenstammdaten - Datenclearing

- Umstieg auf externes Datenclearing
- Anbieter evaluiert und gefunden
- Einjähriges Pilotprojekt
- Direkt im marketing.manager integriert via HTML Form und automatischem E-Mail Versand an extern
  - Neuaufnahme
  - Änderung
  - Zusammenführung
  - Löschung
- Stark formalisiert
  - Pflichtfelder
  - Erhalt und Durchführungsbestätigung via Antwortmail
  - Monatliches Protokoll
  - Regelmäßige Umfrage zur Zufriedenheit im Außendienst

# Kundenstammdaten - Datenclearing

- Realisierte Benefits
  - Pauschalierter Preis
  - Prüfung / Korrektur der Außendienstanfragen
  - Ergänzung der fehlenden Angaben
  - Aktive Kommunikation zwischen Anbieter und Außendienst
  - Vor- und Nachbearbeitung bei Massenaussendungen (gesondert)
  - Spezialaufträge (gesondert)
  - Leichter Austausch der elektronischen Formulare via mm-transfer

# Kundenstammdaten - Datenclearing

- Realisierte Benefits
  - Im marketing.manager integriert
    - Übernahme Werte aus aktuellem Datensatz
    - Kein Wechsel in anderes Programm (Outlook)
  - Klare Zuständigkeiten
    - Bearbeitung Stammdaten weder im Innendienst noch Außendienst möglich
    - Dadurch keine „Mauschelein“ möglich...
  - Externe Firma hat Onlinezugang zu marketing.manager (Terminal Server)

# Kundenstammdaten - Datenclearing

marketing.manager - Fister, Klaus - [Schütz: Änderung (Zentrale)]

update 6 marketing.manager

Suche Person ??

Info Inst./Per...  
Institution-Person  
Kontakte  
Kalender  
Terminübersicht  
Kontaktzeiten  
Kundenprofil  
Muster  
Speziell  
ABO  
ABO Übersicht  
Login-Berechtigung  
Zusatzadresse  
Allgemein  
Fehlzeiten  
Selektion  
Veranstaltungen  
Marketing-Kalender  
AD Veranstaltung  
Beziehung  
Beziehungshierarchie

Inst.+Person  
Praxis Dr. Haibach-Haisjackl  
6322 Kirchbichl  
Oberndorf 5

Person  
Frau  
Dr.  
Barbara  
Haibach-Haisjackl

## Änderung

AstraZeneca

FINr: 2 PersNr: 1

**Person**

Anrede:	Herr	Akad. Titel:	
Vorname:	Barbara	Familienname:	Haibach-Haisjackl
Telefon:		Durchwahl:	
Mobil:		E-Mail:	
Hauptfach:		Nebenfach:	
Kassenstatus:		Geb. Datum:	

**Krankenhaus**

Krankenhaus:   
Abteilung:  Station:  Position:

**Praxis**

Straße:   
PLZ:  Ort:   
SanBez:   
Ordzeiten:

**Kundenprofil**

Target:		Einst. Produkt:		Potential:		Limited:	
Therap. schwpkt1:		Therap. schwpkt2:					
Verschreib. Verh:		Verord. Verh:		Meinungsbildner:			

Notizen:

Abschicken

# Performance Tracking – Selbstmonitoring

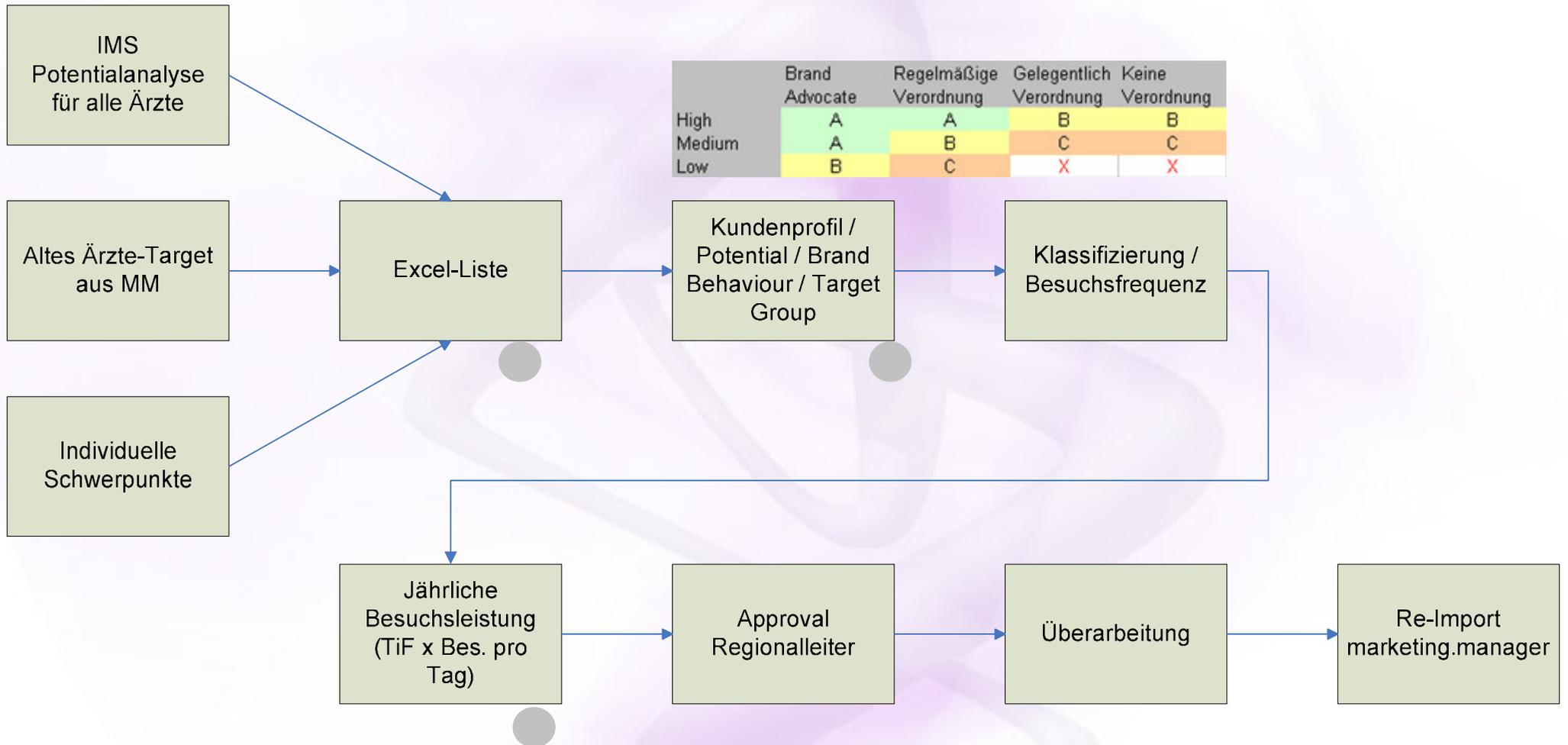


# Performance Tracking / Selbstmonitoring

- Verständliche & einfache Darstellung von Key Performance Indikatoren (KPI) / Sales und Non-Sales
- Selbstmonitoring und Besuchsplanung
- Klarer Fokus auf Kunden
  - Soll nicht zur Leistungsbeurteilung verwendet werden
- Klare Darlegung der Vorgangsweise (Roadshows)
  - = Woher kommen die Zahlen
  - = Was und wie wird berechnet
  - = Was bedeuten die KPIs
  - = Wie beeinflusse ich die KPIs
  - = Wer sieht & beurteilt die KPIs
- Commitment des Außendienstes zur Zielvereinbarung und deren Darstellung

# Performance Tracking / Selbstmonitoring

## Festlegung Besuchstarget (jährlich oder bei Markterfordernis)



Diese Vorgangsweise ergibt starke Zustimmung zu Besuchsziel

# Performance Tracking / Selbstmonitoring

SFE Dashboard KPI - Microsoft Internet Explorer bereitgestellt von AstraZeneca

Adresse [http://atvimemintra02.emea.astrazeneca.net/www/SFE\\_KPI\\_NEU/SFE\\_KPI.htm](http://atvimemintra02.emea.astrazeneca.net/www/SFE_KPI_NEU/SFE_KPI.htm)

## Dashboard Key Performance Indicators

Variante: **Primary Care** Jahr: **2006** von: **Jänner** bis: **Oktober**

**Start ...**

Austria=>Süd=>Wörthersee

**Primary Care**

[Home](#)

01.01.2006 bis 31.10.2006

Dashboard Abweichungen



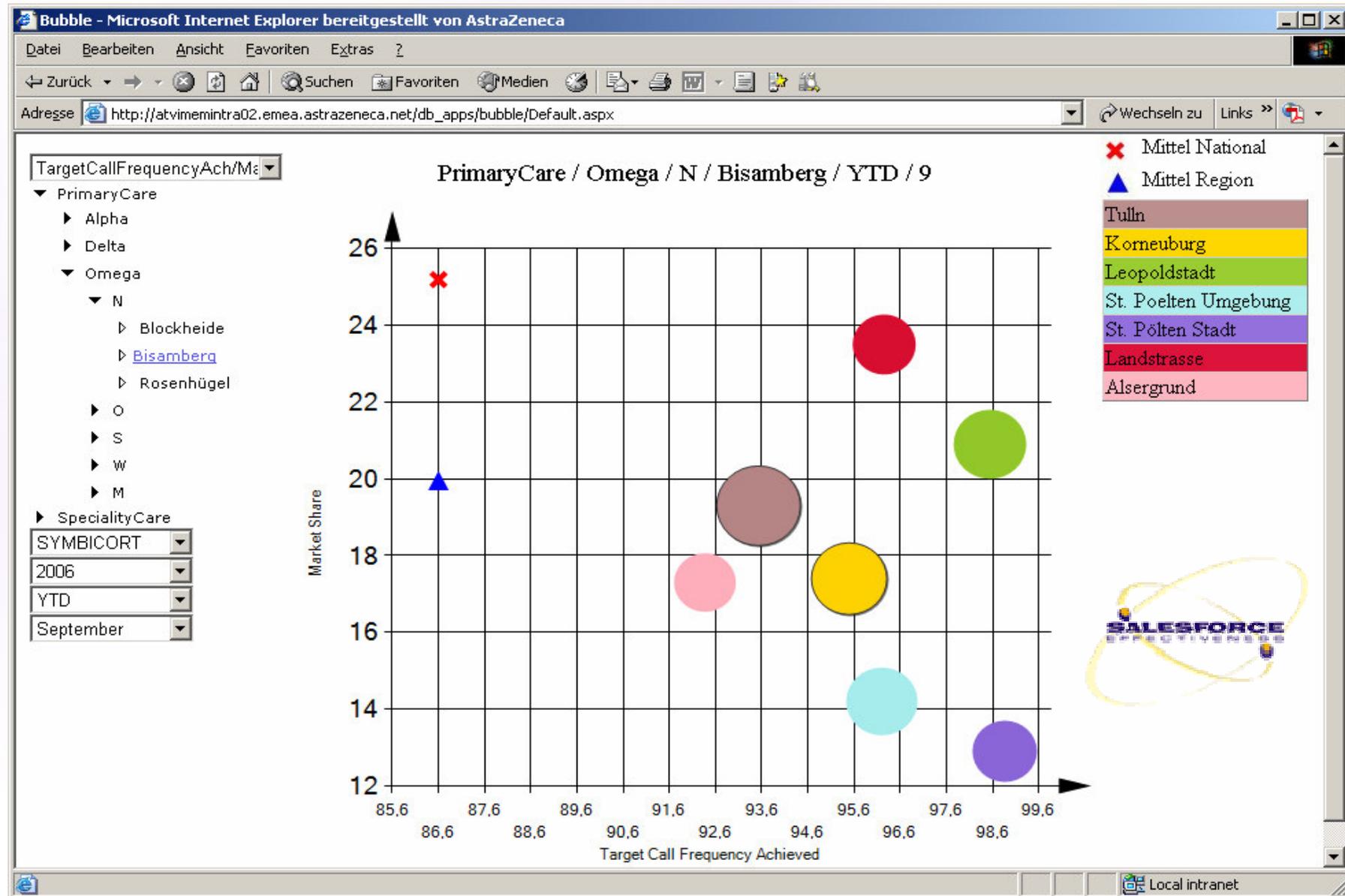
	Total DIF	Office Calls	% Lost Days	Calls per Day	Weighted Details	% Effort A	% Effort B	% Effort C	% Calls in Target	Total Cov.	Cov. A	Cov. B	Cov. C	%TCF. ALL	%TCF. A	%TCF. B	%TCF. C
<b>Σ</b>	<b>429</b>	<b>3805</b>	<b>0,00</b>	<b>8,87</b>	<b>1,47</b>	<b>51,48</b>	<b>35,56</b>	<b>7,78</b>	<b>94,82</b>	<b>98,16</b>	<b>98,23</b>	<b>98,43</b>	<b>97,20</b>	<b>89,32</b>	<b>90,23</b>	<b>89,50</b>	<b>87,79</b>
<a href="#">Vkg: Mitarbeiter 1</a>	145	1320	0,00	9,10	1,50	50,76	40,08	4,70	95,53	98,80	97,17	100,00	100,00	91,71	93,86	91,25	77,27
<a href="#">Vkg: Mitarbeiter 2</a>	138	1286	0,00	9,32	1,46	54,67	30,72	8,32	93,70	98,14	99,15	96,46	100,00	86,19	85,17	87,73	87,86
<a href="#">Vkg: Mitarbeiter 3</a>	146	1199	0,00	8,21	1,48	48,87	35,78	10,59	95,25	97,35	98,31	98,88	92,68	90,84	91,14	89,99	92,63

**Achtung: die Ausführung der nächsten Seite (nach Klick auf ein Verkaufsgebiet) kann einige Minuten in Anspruch nehmen**

[TOP](#)

Local intranet

# Performance Tracking / Selbstmonitoring



# Die update.pda Story

# Die update.pda Story

- FRAGESTELLUNGEN
- Wie kann der Außendienst seine Wartezeit beim Arzt besser nützen
- Wie kann die elektronische Kommunikation verbessert werden
- Wie können Besuchsplanungen schneller im Team verteilt werden
- Wie kann die „Zettelwirtschaft“ für den Tag im Feld beseitigt werden
- Wie kann die Nachfrage nach einer Handheld Lösung gesteigert werden („Begehrlichkeit wecken“)
- Wie kompliziert darf eine Handheld Lösung sein

# Die update.pda Story

- Projektbeginn 2004
- Projektpartner update und T-Mobile
- Pilotgruppe identifiziert
  - Gewissenhafte Auswahl quer durch die Firma („Beeinflusser“)
  - Alle Regionalleiter („Überzeugte Anwender“)
  - Dann möglichst nur eine Person im Team => Begehrlichkeit bei anderen geweckt
  - Neuaufnahme in Pilotgruppe nur auf Intervention des Regionalleiters
  - Durchsickern lassen von Erfolgsmeldungen („So einfach“, „Spart eine Stunde am Tag“, „Endlich alle Musterabgaben vor Ort“, „Höhere Lebensqualität“)
  - Nach 18 Monaten Pilot wollten schon 3/4 der Außendienstmitarbeiter UNBEDINGT auch einen Handheld Computer

# Die update.pda Story

- Services identifiziert
  - Update.pda, E-Mail (Blackberry oder MS Server ActiveSync), Internet, Intranet, (Telefonie)
  - Direkte Verbindung zu AstraZeneca Netzwerk (kein „Andocken“ notwendig)

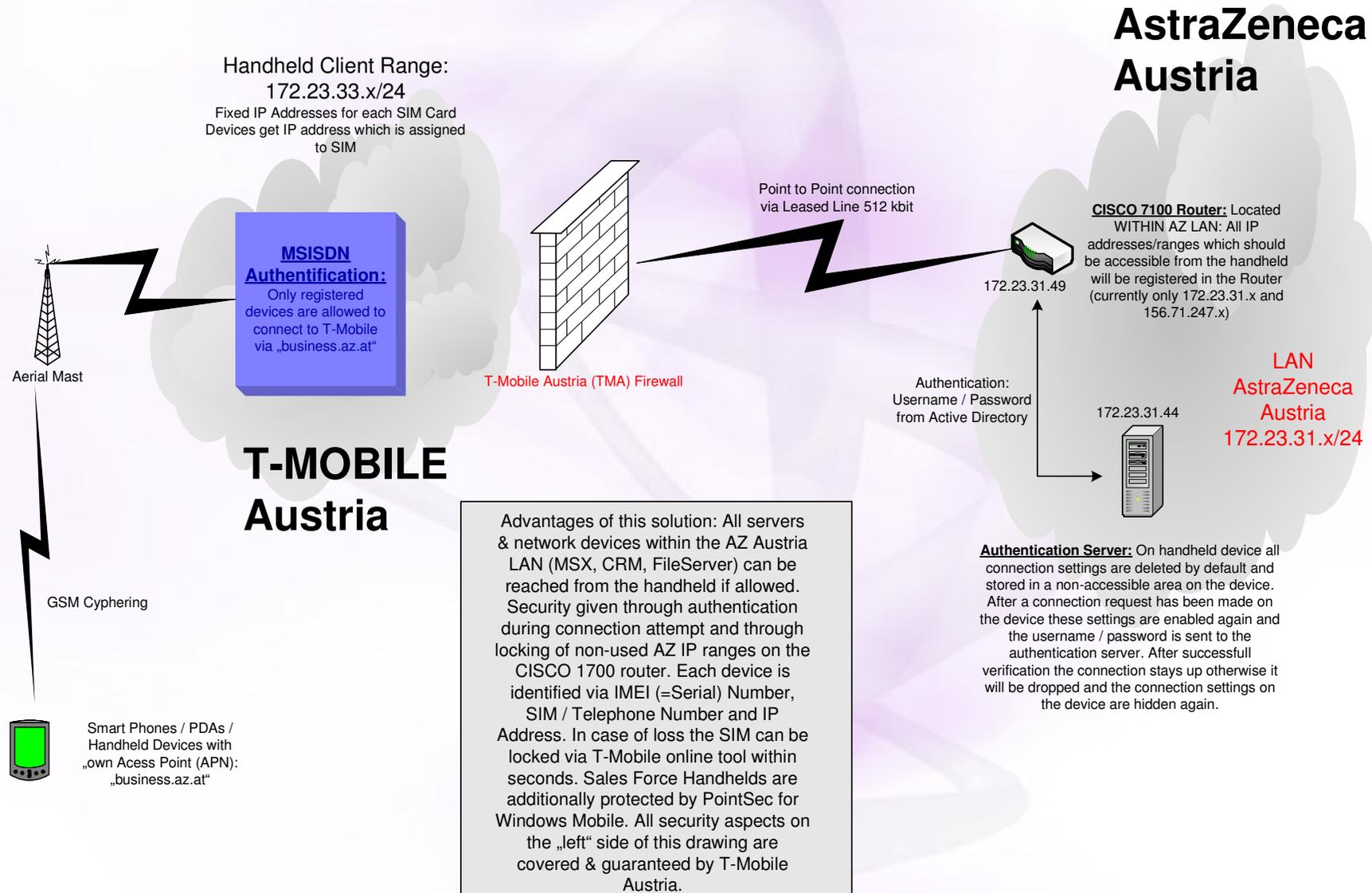
# Die update.pda Story

- Rollout Q3/Q4 2006
  - Bedarfserhebung über Regionalleiter („Argumentationsblatt“)
  - Festlegung Gerätetyp (MDA Vario II - UMTS)
  - Aktivieren T-Mobile Private APN (Seit 01/2006)
  - Freischalten aller Services (E-Mail, Intranet, Internet, Update.pda)
  - Installation aller Services auf Endgeräten (Klonen)
  - Füllen der Endgeräte mit Daten (Ärzte-DB und internes Telefonbuch)
  - Handbuch zum Selbststudium
  - Übergabe und 2h Training während Roadshows
  - Lokaler Helpdesk implementiert
  - Monitoring der Benutzung



# Die update.pda Story

## Externalisation T-Mobile & AZ Austria



# Die update.pda Story

- Realisierte Benefits
  - Übertragung Besuchsberichte mehrmals täglich anstatt mehrmals wöchentlich
  - Datenqualität höher
  - An durchschnittlich 3 von 5 Tagen reicht die alleinige Benutzung des Handhelds (Abrechnung Reisespesen leider nur über PC einmal in der Woche)
  - Show Winner: Mobile E-Mail, Internet Zugriff und Private APN
  - Motivation
- Praxis
  - Planung am Freitag für nächste Woche inkl. Besuchsvorbereitung
  - Kommunikation von update.win alle 3h über Wochenende (wegen Planungsabstimmung)
  - Am Wochenbeginn sind Planungsdaten am Handheld (erste Sync am Montag)

# Die update.pda Story

- Praxis
  - Abarbeitung des Besuchsplans (Geplant -> Erledigt oder  
Geplant -> Storniert)
  - Eintrag von Mustern oder Anwendungsbeobachtungen
  - Kommunikation während Wartezeit oder Pause
  - Terminvereinbarung mit Arzt vor Ort („Planung“)

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit**