

# Patienten wollen mitentscheiden

## Neue Studie „Patient Journey“ zeigt den Weg vom ersten Symptom bis zur Wahl des Medikaments



**Viele Unternehmen wissen nicht, wie der Patient zu seinem Medikament kommt. Meistens geht der Entscheidung für ein Mittel eine lange Findungsphase, eine „Patientenreise“, voraus.**

Auch wenn der Arzt das Rezept ausstellt - Patienten nehmen einen immer größeren Einfluss auf ihre Behandlung. Das beginnt bereits mit der Wahl des Arztes. Im Internet informieren Patienten sich über ihren Arzt oder geben Feedback für andere Patienten. Patienten recherchieren ihre Symptome im Internet oder suchen online nach einem Spezialisten.

Unsere neue Mehrkundenstudie „Patient Journey“ widmet sich ausschließlich den Erfahrungen von Patienten. Es geht um die Erlebnisse, die sie innerhalb einer Krankheit oder Indikation gemacht haben. Das beginnt bei der ersten Wahrnehmung der Symptome bis hin zur Diagnose und Behandlung.

Nicht nur allein aufgrund der digitalen Medien verändert sich der Einfluss der Patienten, sondern auch, weil das Bewusstsein für die Behandlung zugenommen hat. Patienten erkundigen sich nach Alternativbehandlungen und möchten konkrete Informationen darüber haben, was mit Ihnen passiert.

Für die Entwicklung der richtigen Produkt- und Marketingstrategie müssen die Erfahrungen des Patienten berücksichtigt werden. In welchem Umfeld und unter welchen Bedingungen der Erst-, Zweit- und Drittkontakt mit dem Medikament oder dem Hersteller erfolgt, ist für den Marketingerfolg entscheidend.

Kommen Sie Ihrer Zielgruppe über unser Online-Patienten-Panel und unserer „Patient-Journey“-Studie näher und erkennen Sie die Haupteinflussfaktoren und die Akteure, die bei der Verschreibung Ihrer Produkte eine Rolle spielen.

Folgende Fragen können wir unter anderen mit unserer Studie beantworten:

- Wie viel Zeit vergeht zwischen dem Einsetzen der Symptome und der Erkenntnis, dass ein gesundheitliches Problem bestehen könnte?
- Was oder wer hat den ersten Praxisbesuch veranlasst?
- Wo und wie informiert sich der Patient?
- Wie verlief die Kommunikation zwischen Arzt und Patient? Welche Erwartungen bestanden? Wie wurden diese erfüllt?
- Welche Rolle spielt der Apotheker, der Hausarzt oder der Facharzt im Krankheits- beziehungsweise Behandlungsverlauf sowie bei Produktwahl, -wechsel oder -beibehaltung?
- Was fördert die Zustimmung oder Einhaltung einer Verschreibung eines bestimmten Medikaments?

Die Ergebnisse sollen Ihnen das letzte Puzzlestück an Informationen liefern, um eine optimale Produkt- und Marketingstrategie zu entwickeln.

#### **Momentan stehen folgende Gebiete im Fokus:**

- Diabetes
- Asthma
- Krebs (Brust- oder Lungenkrebs)
- Frauen mit Empfängnisverhütung
- Schmerztherapie
- Erektile Dysfunktion
- HGH

**Sie können selbstverständlich auch Ihren Therapiebereich bei uns anfragen oder eine Exklusivstudie bei uns beauftragen.**



#### **Kontakt**

Sebastian Neuhauss  
SNeuhauss@harrisinteractive.de  
+49 40 669 625 216

**Haben wir Ihr Interesse geweckt?**