

Workshop



Die Aufgabenstellung

Im Rahmen einer groß angelegten, mehrjährigen klinischen Studie war ein Präparat der Firma **MSD** wissenschaftlich untersucht worden. Die wichtigsten **Studienergebnisse** sollten von **IMIG** auf Basis einer qualitativen Arztbefragung selektiert und den fachlichen Informationsbedürfnissen der zentralen Zielgruppe (niedergelassene Fachärzte) **optimal angepasst werden**.

Die Zielsetzung

Die Arztbefragung sollte darüber Aufschluss geben, **wie** dem niedergelassenen Facharzt die **neuen Studienergebnisse am effektivsten präsentiert und vermittelt** werden können. Darüber hinaus sollte abgeklärt werden, **welche Kernaussagen** der Studienergebnisse aus Sicht der Ärzte für ihre Therapie primär von Interesse sind und die **höchste Praxisrelevanz** haben. Dieser Aspekt war von besonderer Bedeutung, da eine schnelle, kompakte und überzeugende Information innerhalb des zeitlich begrenzten Gesprächs in der Arztpraxis eine ausschlaggebende Rolle spielt.

Die Methode

Im Rahmen eines **zweitägigen Workshops** wurden die niedergelassenen Fachärzte in einstündigen **Leitfaden-Interviews** befragt. Per Videoübertragung in einen Nebenraum konnte der Auftraggeber die Interviews unmittelbar mitverfolgen. Während des Interviews kommentierten die Ärzte ausgewählte grafisch dargestellte Studienergebnisse. Diese Unterlagen wurden nach jedem Interview in Abstimmung mit dem Auftraggeber optimiert, das heißt, **Korrekturen und Verbesserungsvorschläge konnten direkt vor Ort am Laptop umgesetzt** und ausgedruckt werden. Dieses Vorgehen hatte den Vorteil, dass für die nachfolgenden Interviews **das vorgelegte Testmaterial** (Studienergebnisse) **fortlaufend verbessert** wurde.

Die Ergebnisse

Auf Basis des zweitägigen Workshops konnte dem **MSD** – Produktteam die aus Sicht der Fachärzte **optimale Darstellung der neuen Studienergebnisse** zu dem Präparat empfohlen werden. Darüber hinaus zeigte die schriftliche Zusammenfassung der Ergebnisse, die auf Basis von wörtlichen Tonbandabschriften vorgenommen wurde, welche **Vor- und Nachteile** und welche **Therapieziele** die Ärzte beim Einsatz des **MSD** - Präparates sehen.

Schulungsmaterialien für den Außendienst

Für die Schulung der Außendienstmitarbeiter über den Nutzen der neuen Studienergebnisse zu dem Präparat wurde ein **Videozuschnitt** mit zentralen Aussagen der Ärzte – nach ihrer Zustimmung – zusammengestellt und **MSD** für die Außendiensttagung zur Verfügung gestellt.

Wir bedanken uns bei der Market Research Abteilung von **MSD** für die angenehme Zusammenarbeit bei diesem anspruchsvollen Projekt und für die Zustimmung, den **MSD** – Workshop hier beschreiben zu dürfen.

IMIG

Institut für Marktforschung im Gesundheitswesen, Zentnerstr. 33, 80798 München
Tel.: +49 (0) 89/12700-935, Fax: +49 (0) 89/12700-936
www.imig-institut.de, info@IMIG-institut.de