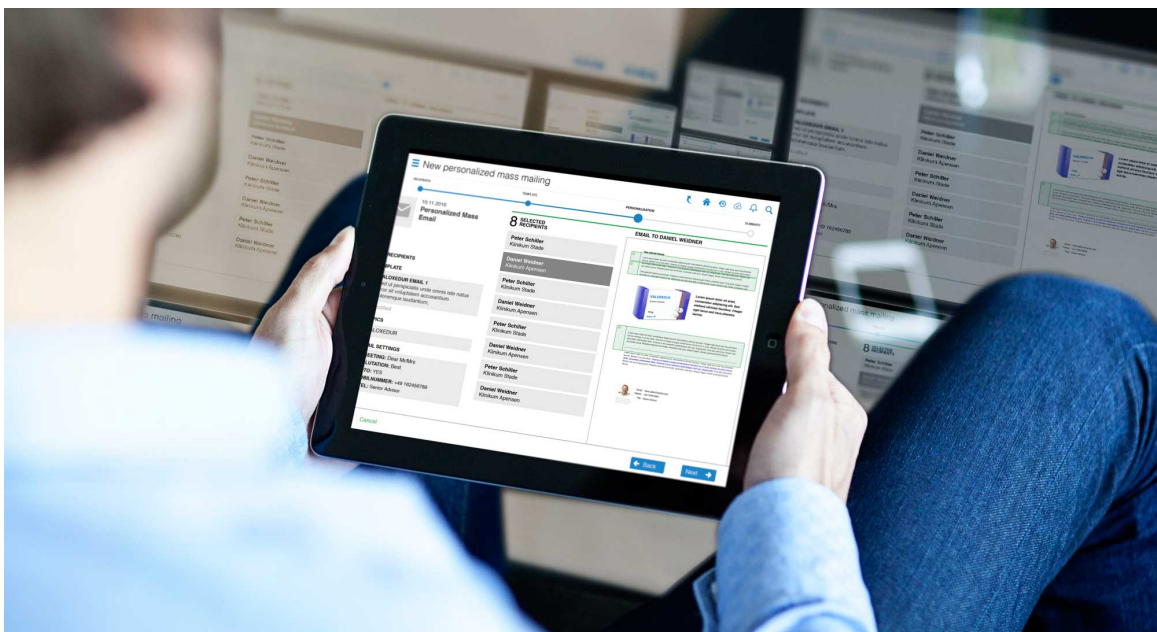




Make it personal: Wie Pharmareferenten eigene Mailkampagnen erstellen

München, 29. September 2015. Für das E-Mail-Marketing war bis vor Kurzem die Marketingabteilung zuständig. Unpersönliche Massen-Mails sind jedoch nicht mehr wirksam. Wie soll ein Pharmaunternehmen also relevante Daten streuen und gleichzeitig auf persönlichen Kontakt achten?

An Vertreter der Pharmaindustrie werden von mehreren Seiten hohe Erwartungen gestellt. Ihre Vertriebsleiter möchten, dass sie mehr Mails an die Ansprechpartner senden. Compliance-Beauftragte bestehen darauf, dass sie den genehmigten Text unverändert verwenden. Die medizinische Aufsicht lässt nur bestimmte Kombinationen von Textblöcken zu. Die Marketingabteilung verlangt, dass die Mail das Unternehmensbild widerspiegelt. Die Rechtsabteilung warnt, Mail nur an Adressen zu versenden, die explizit in die Verteilerlisten aufgenommen werden wollten. Der Vertreter weiß, dass nur die persönliche E-Mail wirksam ist, aber eben auch ungeheuer zeitraubend.





Die Lösung bieten **persönlich angepasste Massen-Mails**. Eine angepasste Massen-Mail geht an mehrere Empfänger, aber der Absender kann individuelle Angaben vornehmen, so dass jede E-Mail so wirkt, als sei sie persönlich an den Empfänger gerichtet.

Ein Vertriebsaktivitätsmanager eines großen Pharmaunternehmens sagte dazu: „Wir setzten alles daran, Healthcare Professionals direkt per E-Mail anschreiben zu dürfen. Diese Einwilligung wollen wir auf keinen Fall verlieren. **Persönliche Mails sind der richtige Ansatz.**“

Damit die Vertreter persönlich angepasste Massen-Mails verschicken können, bedarf es einer intuitiven Lösung mit Integration in CRM und Marketingdaten. Eine dieser Lösungen bietet **ysura GmbH**. ysura entwickelte den Mail-Versandvorgang als Assistenten, der dem Vertreter bei jedem Schritt zur Seite steht. Die Vertreter können die Empfänger, die ihr Einverständnis mit dem Erhalt erklärt haben, nach verschiedenen Kriterien auswählen. Dann wählen sie aus vorab definierten Vorlagen. Als nächstes können sie je nach Bedarf und zulässiger Kombination Textblöcke von vorab genehmigten medizinischen Texten mit aufnehmen oder streichen. Abschließend setzen sie an bestimmten Stellen im Text persönliche Begrüßungen, Schlussformulierungen und andere persönliche Texte ein. Genau diese machen die E-Mail-Nachricht letztendlich persönlich. Mit nur einem Klick ist die Mail auf dem Weg zum Healthcare Professional. Die Vertreter können ihrerseits sicher sein, dass sie durchweg die **Richtlinien des Unternehmens und der Gesetze befolgt** haben.

ysura beschäftigt von Anfang an Vollzeitmitarbeiter für das Design und die UX (User Experience). Der für den Assistenten zum angepassten Massen-Mail-Versand verantwortlich zeichnende Designer ist Hector Baide, der seinen Ansatz so beschreibt: „Uns ist bewusst, dass die meisten Pharmareferenten nicht unbedingt Marketing- oder Mailing-Experten sind. Pharmareferenten sind jedoch hervorragend, wenn es darum geht, geschäftliche Beziehungen mit Healthcare Professionals aufzubauen und aufrechtzuerhalten. Wir wollten ihnen die Werkzeuge in die Hand geben, mit denen sie diese Beziehungen auch auf elektronische Weise, und zwar schnell und einfach, ausbauen.“



hector Baide, ysura UX Designer

Informationen zu ysura

ysura entwickelt, verkauft und betreibt eine mobile Vertriebs- und Marketinglösung für die Pharmaindustrie. Das Produkt integriert herkömmliche CRM-Daten mit anderen Datenquellen für ein echtes 360°-Dashboard und ermöglicht mehrfache Vertriebs- und Marketing-Prozesse. ysura wurde für das Apple-iPad optimiert, läuft aber zusätzlich in jedem Standardbrowser. ysura wird professionell und sicher in Deutschland gehostet und per SaaS vertrieben. Die ysura GmbH ist ein Unternehmen in Privatbesitz mit Sitz in München (Deutschland). Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.ysura.com.

Pressekontakt: Keith Gruen, keith.gruen@ysura.com +49 172 8976199