

Im Jahr 2007 verlagerte das Pharma-Unternehmen Merck Serono, eine Sparte von Merck, sein ehemals internes Call Center zu einem externen Dienstleister. Die firmenweit eingesetzte CRM-Software wurde dabei ohne vollwertige Call Center-Funktion beim Outsourcing-Partner verwandt, was zu einer weitgehend manuellen Bearbeitung und entsprechenden Fehlern führte. Deshalb wurde Anfang des Jahres 2010 der Entschluss gefasst, zusätzlich ein komplett neues Service Center aufzubauen. Mit entsprechend durchdachten Prozessen und einer speziellen Software sollte so der Weg vom klassischen Inbound-Service zu outboundgestützten Patienten-Betreuungsprogrammen führen.

Start in den Live-Betrieb

Als Pilotprojekt für das Gesamtunternehmen wurde die Business Unit Neurologie gewählt, da insbesondere Patienten mit Multipler Sklerose (MS) innovative Therapiebegleitung benötigen, da die Krankheit in Schüben voranschreitet und nicht heilbar ist. Das Medikament des Herstellers kann die Wahrscheinlichkeit eines MS-Schubs reduzieren und das Fortschreiten der Krankheit bremsen, was den Betroffenen ein relativ normales Leben ermöglicht. Doch das genau ist auch gefährlich, denn schnell wird, weil sich die Patienten gut fühlen, die regelmäßige Einnahme des Medikaments oder ein wichtiger Arzt-Termin vergessen. Mitunter wird die Behandlung sogar für einige Zeit ausgesetzt. Andererseits werden so genannte krankheitsmodifizierende Basistherapeutika gespritzt, die mit typischen unerwünschten Wirkungen und Empfindungen verbunden sein können. Im Sinne der Patienten sollten also aktive Patienten-Betreuungsprogramme unter Integration des Service Centers eingeführt werden. Zielzeitpunkt hierfür war Mitte des Jahres 2011.

Der Gruppenleiter im Marketing Neurologie wurde mit der Leitung des Projekts betraut und hatte siebzehn Monate für die Umsetzung Zeit. Um entsprechende Entscheidungen treffen und die Umsetzung überprüfen zu können, wurde anschließend die Unternehmensberatung Eisq European Institute for Service Quality beauftragt. Zehn Dienstleister kamen zunächst in Betracht, die Entscheidung fiel auf Sanvartis

Die Info-Spritze



Ein Pharmahersteller bietet aktive, outboundgestützte Patienten-Betreuungsprogramme für bestimmte Erkrankungen an, um Betroffene bei der Therapie zu unterstützen und sie auch an die rechtzeitige Einnahme ihrer verordneten Medikation zu erinnern. Hierzu wurde ein eigenes Service Center aufgebaut.

als Partner. Der Dienstleister musste anschließend mit der Business Unit Neurologie verwoben werden, die komplett neue Organisation entstand dann innerhalb von vier Monaten. Seither kümmern sich zwei Manager nahezu in Vollzeit um das neue Projekt. Und während der altvertraute Dienstleister den Regelbetrieb erbringt, wurden neue Service-Prozesse und neue Ausbildungspläne für die Mitarbeiter – Medical Agents – definiert.

Qualitätsbasierte Vergütung

Bei den Medical Agents handelt es sich um Mitarbeiter mit einer Qualifikation gemäß Arzneimittelgesetz (siehe Kasten). Darüber hinaus haben die Mitarbeiter mehrwöchige Indikations-, Produkt-, Prozess- und Kommunikationsschulungen mit abschließendem schriftlichen Test hinter sich. Werden die Fragen des Tests zu mindestens 80 Prozent richtig beantwortet, folgen Zertifizierungsgespräche mittlerer Komplexität. Zum Leidwesen des Dienstleisters besteht knapp jeder vierte potenzielle Medical Agent diese Prüfung leider nicht. Ganz im Sinne einer hohen Qualität werden aber auch regelmäßig die Nutzer des Service Centers nach ihrer Zufriedenheit befragt. Diese Ergebnisse stellen ein wichtiges Element der qualitätsbasierten Vergütung des Service Centers dar.

Anfang 2011 startete das neue Service Center in den Live-Betrieb. Doch es gab auch Probleme, etwa mit der Sap-Schnittstelle für den systemgestützten Versand von Informationsbroschüren und Materialien. Zudem konnte nach krankheitsbedingten Ausfällen die erste zertifizierte Medical Agent-Mannschaft in den ersten zwei Wochen den vereinbarten Servicelevel nicht erfüllen. Dennoch zeigte sich im März 2011, dass die Zufriedenheit der Nutzer inzwischen 4,75 von fünf maximal möglichen Punkten erreichte. Gleichzeitig wurden die Betriebskosten durch das neue qualitätsbasierte Vergütungsmodell und die systemgestützten Prozesse deutlich gesenkt. Im April ging dann die Website leben-mits.de in den Echtbetrieb, einen Monat

später startete der SMS-Erinnerungsservice für das regelmäßige Spritzen des Medikaments.

Parallel dazu lief die Qualifizierung und Zertifizierung weiterer Medical Agents für das geplante Outbound-Coaching und die

STICHWORT ARZNEIMITTELGESETZ

In Paragraph 75 des Arzneimittelgesetzes ist vorgeschrieben, welche Personen durch pharmazeutische Unternehmer beauftragt werden dürfen, hauptberuflich Angehörige von Heilberufen aufzusuchen, um diese über Arzneimittel fachlich zu informieren. Das gilt auch für die fernmündliche Information. Beauftragt werden dürfen laut Gesetz nur Personen, die die entsprechend definierte Sachkenntnis besitzen. Diese nötige Sachkenntnis besitzen demnach Apotheker oder Personen mit einem Zeugnis über eine nach abgeschlossenem Hochschulstudium der Pharmazie, der Chemie, der Biologie, der Human- oder der Veterinärmedizin abgelegte Prüfung, Apothekerassistenten sowie Personen mit einer abgeschlossenen Ausbildung als technische Assistenten in der Pharmazie, der Chemie, der Biologie, der Human- oder Veterinärmedizin sowie Pharmareferenten.

regelmäßige Abstimmung mit dem Compliance-Officer, Informations- und Datenschutzbeauftragten, um die rechtliche Sicherheit zu gewährleisten. Die Testphase hierzu begann Mitte Juni, ab da wurden die ersten Willkommensgespräche durchgeführt. Die Patienten, die sich für das Programm angemeldet hatten, wurden dabei entsprechend befragt und die Service-Angebote vorgestellt. Dies umfasst unter anderem die telefonische Therapiebegleitung, die Koordination von Krankenschwestern-Besuchen sowie die Informationen zu spezifischen Themen. Je nach Programmstufe erhält der jeweilige Patient in einem bestimmten Rhythmus einen Anruf von seinem persönlichen Medical Agent. Sollte zwischendurch ein Informationsbedarf entstehen, hilft das Service Center telefonisch oder schriftlich.

Damit die an Multipler Sklerose erkrankten Patienten bei ihrer The-

rapie begleitet und bei der vom Arzt verordneten Behandlung und der sicheren Anwendung der Medikamente unterstützt werden können, sind weiterhin entsprechend hohe Standards notwendig. In der Praxis sieht das unter anderem so aus:

Ein von der Krankenschwester vor Ort betreuter Patient meldet sich im Service Center, weil er eine Rückfrage hat. Der Medical Agent hilft dem Anrufer und informiert anschließend die zuständige Krankenschwester über diesen Vorgang. Gleichzeitig erhält aber auch der zugeordnete, angestellte Coach des Herstellers eine SMS mit einer Identifikationsnummer und einem kurzen Text, der aber keinerlei personenbezogene Daten enthält. So ist gewährleistet, dass niemand mit der SMS etwas anfangen kann, selbst wenn das Handy einmal verloren gehen sollte. Im Service Center werden Daten zu einem Fall nur dann genannt, wenn eine zweite persönliche Identifikationsnummer richtig angegeben wird.

Hohe Standards erforderlich

Als Fazit lässt sich zusammenfassen: Das neue Service Center wurde innerhalb von vier Monaten aufgebaut, weitere sechs Monate später startete das Patienten-Betreuungsprogramm. Die richtigen Partner, eine sorgfältige Planung und nicht zuletzt eine „gesunde“ Erwartungshaltung bei allen Beteiligten haben das neue Angebot auf eine solide Basis gestellt. Entsprechend gut durchdachte Vorkehrungsmaßnahmen und Standards haben dazu geführt, dass für alle Mitarbeiter im Unternehmen eindeutig feststeht: Durch das neue Service Center werden die MS-Patienten hervorragend betreut. Damit das auch so bleibt, ist aber weiterhin viel zu tun!

**Arnd Köpcke,
Bernhard Gandolf,
Susanne Feldt**



Arnd Köpcke ist Gruppenleiter Marketing Neurologie von Merck Serono. Bernhard Gandolf ist Geschäftsführer von Eisq und Certified Management Consultant/BDU bernhard.gandolf@eisq.eu