

PT-Apo Patienten Tracking Apotheke

Kaufverhalten und Einkaufspräferenzen ändern sich immer schneller, die Fragmentierung der Zielgruppen nimmt zu und immer neue gesetzgeberische Maßnahmen stellen die Anbieter im Gesundheitsmarkt vor neue Herausforderungen. In diesem Umfeld gewinnen Informationen über das Kaufverhalten der Patienten/Konsumenten zunehmend an Bedeutung. Schnelle Analysen auf valider Datenbasis mit aussagekräftigen Fallzahlen werden so zum kritischen Erfolgsfaktor. PT-Apo, entwickelt von unserem Kooperationspartner INSIGHT Health, beantwortet die wichtigen Fragestellungen zu Markenverwendung, Markenpräferenzen, Markenwechsel und liefert weitere Informationen rund ums Thema Kaufverhalten in der Apotheke.



PT-Apo - Ihre Vorteile

- Analyse von Neueinführungen, Erst- und Wiederkäufern, Reichweitenaufbau, Markenpräferenzen
- Untersuchung von Parallelverwendung und Komedikation
- Neueinstellungen, Umstellungen und Repeat-Patienten
- Individuelle Marktdefinition nach NPHC (Nielsen Pharma & Healthcare Classification) oder ATC
- Kategorie- und indikationsübergreifende Analysen für OTC- und verschreibungspflichtige Produkte
- Differenzierung der Käufer nach Alter und Geschlecht
- Unterscheidung zwischen Barverkauf, GKV-Rezept und PKV-Rezept

Datenbasis und Datenstruktur:

- Mehr als 900.000 Apothekenkunden
- Über 29 Millionen Verkaufsvorgänge
- Verteilung auf alle 16 Bundesländer
- Beobachtung von mehr als 225.000 PZNs
- Erfassung der Verkaufsvorgänge von Apothekenkunden über Kundenkarten
- Erfassung aller Einkaufsvorgänge auf Käuferebene für GKV/PKV + Selbstmedikation
- Monatliche Aktualisierung der benutzerfreundlichen windows-basierten Datenbank
- Bezug der Gesamtdatenbank oder ad-hoc Analysen einzelner Produkte oder Indikationsbereiche

Unsere Analysen sind besonders wertvoll für:

Geschäftsführung, Marketing und Vertrieb - für Management Meetings, um Trends aufzuzeigen, die Entwicklung der Produkte zu präsentieren und um wettbewerbsfähige Strategien zu entwickeln.

Produktmanagement - Erstellung von Potenzial- und Käuferwanderungsanalysen, Bewertung von Werbemaßnahmen, als Unterstützung für die Sortimentsoptimierung und Produktentwicklung.