

Kolumne
Expertenwissen für den Vertrieb

Claudia Huhn
Beratung Coaching Training



Akquisepause – ist sie sinnvoll?

Frage: Im Labor ist mehr als genug zu tun. Ist es sinnvoll, eine Pause in der Akquise einzulegen?

Es gilt, dieses (zugegeben Luxus-)Problem sinnvoll zu lösen, ohne dabei die aktuelle Situation sowie die zukünftigen Notwendigkeiten aus den Augen zu verlieren. Lassen Sie mich die Frage unter drei Aspekten beantworten:

Aspekt 1: Erkaltung vermeiden

Akquiseaktivitäten zeigen ihr Ergebnis in der Regel nicht sofort, sondern brauchen ihre Zeit; d. h. alles, was Sie heute tun, trägt in sieben bis zehn Monaten spürbare Früchte. Gehen wir davon aus, dass Sie in den vergangenen zehn Monaten konsequent in der Akquise aktiv waren, befinden sich in Ihrem Akquisetrichter, an dessen Ende ein neuer Kunde entsteht, in allen Phasen des Prozesses Erfolg versprechende Kontakte. Vereinfacht formuliert, können Sie davon ausgehen, dass Sie bei konsequentem Akquiseinsatz regelmäßig neue Kunden in Ihrem Unternehmen willkommen heißen können. Leider können Sie den Stand der Akquise nicht in einer bestimmten Phase pausieren lassen. Der Kontakt, so man nicht weiter investiert, wird wieder kalt, und die bereits investierte Zeit und damit das investierte Geld sind verschwendet.

TIPP: Ein Pausieren der Akquisetätigkeit kommt einer Vernichtung Ihrer kompletten Investition der letzten Monate gleich.

Aspekt 2: Entschleunigen

Obwohl Pausieren keine betriebswirtschaftlich sinnvolle Option ist, haben Sie trotzdem Stellschrauben, über die Sie Engagement und Ergebnis sinnvoll beeinflussen können:

1. Wenn Sie davon ausgehen können, dass Sie auch in sieben bis zehn Monaten keinen Neukundenumsatz benötigen, dann sollten Sie aktuell keine neuen Kontakte ansprechen. Beginnen Sie damit erst wieder, wenn klar ist, dass Sie in absehbarer Zeit wieder Umsatz benötigen. Bitte bedenken Sie: Es braucht einen guten Moment, vom ersten Kontakt bis zur ersten Arbeit.

2. Reduzieren Sie konsequent Ihre Zielkunden, sodass Sie nur noch die aus Ihrer Sicht aussichtsreichsten und Erfolg versprechendsten Kontakte weiterhin betreuen.

3. Nehmen Sie Tempo aus dem Akquiseprozess, sodass Ihre Kontakte länger in den einzelnen Akquisephasen verweilen und die Abschlussphase nicht in Ihre aktuelle Situation fällt. Es gibt eine Zeitspanne, in der es zu Beginn möglich ist, einen Abschlussversuch zu unternehmen und gegen Ende notwendig wird, sofern Sie nicht Gefahr laufen wollen, dass der Kontakt unbrauchbar wird. Ähnlich einem Apfel am Baum, der irgendwann reif, dann überreif und zu guter Letzt faul ist.

Aspekt 3: Analyse

Analysieren Sie Ihre Kundenstruktur. Gegebenenfalls gibt es Kunden, deren Umsätze Sie sinnvollerweise durch andere ersetzen sollten, die mehr Ihrer Vorstellung des optimalen Kunden entsprechen. So könnten Sie doch noch Kapazität für den ein oder anderen attraktiven Neukunden haben. Nehmen Sie sensibel und mit Weitblick Änderungen an den Stellschrauben des Vertriebs vor. So können Sie sicherstellen, dass Ihr Engagement aus den vergangenen Monaten nicht umsonst war und Ihr aktuelles (Luxus-)Problem nicht noch größer wird. Das bildlich gesprochene „Drücken der Pausetaste“ im Vertrieb ist von allen Lösungen aber sicher die schlechteste.

kontakt

Claudia Huhn –
Beratung Coaching Training
Hohe Straße 28b
57234 Wilnsdorf
Tel.: +49 2739 891080
ch@claudiahuhn.de
www.claudiahuhn.de

Infos zur Autorin



MDR: Die Verunsicherung ist groß, das Halbwissen auch (Teil 2)

Ein Beitrag von Dirk Schmoltdt.

Dirk Schmoltdt, Leiter Marketing und Vertrieb und Medizinprodukteberater, über die Einführung der neuen Medical Device Regulation (MDR) und was das für dematec als zertifizierten Serienproduzenten von Implantataufbauteilen bedeutet (Fortsetzung aus ZT 3/21).



MDR-Überwachung

Neue Produkte können nach dem Geltungsbeginn der MDR nicht mehr unter der Richtlinie 93/42/EWG in Verkehr gebracht werden. Nach dem 26. Mai 2021 darf die Benannte Stelle keine Zertifikate für diese Produkte mehr ausstellen. Für dematec mit gültigem Zertifikat nach Richtlinie 93/42/EWG bis 2024 heißt das, dass dennoch schon ab jetzt eine Art MDR-Überwachung als MDR-Umsetzung installiert werden muss. Zu nennen wären hierbei ein System für die Überwachung nach dem Inverkehrbringen (Artikel 83) als Bestandteil des QM-Systems und die „Technische Dokumentation über die Überwachung nach dem Inverkehrbringen“ gemäß Anhang III. Als wichtige Elemente wären hierbei zu nennen: Plan zur Überwachung nach dem Inverkehrbringen (Artikel 84), Daten aus dem Vigilanzsystem (Artikel 87 bis 92) und Sicherheitsberichte (Artikel 86) (Quelle: mdc).

Sicherheitsberichte validieren

Diese Sicherheitsberichte müssen mindestens einmal jährlich aktualisiert werden und sind Teil der Technischen Dokumentation gemäß den Anhängen II und III. Des Weiteren sind Kurzberichte über Sicherheit und klinische Leistung für implantierbare Produkte (bei dematec: Abutments und Abutmentschrauben) zu verfassen. Diese Kurzberichte sind im Rahmen der Konformitätsbewertung an die Benannte Stelle zu übermitteln und werden dort validiert. Nach der Validierung lädt die Benannte Stelle die Kurzberichte in die EUDAMED-Datenbank hoch. Der Hersteller gibt auf der Kennzeichnung (Label) oder in der Verarbeitungsanweisung an, wo die Kurzberichte verfügbar sind.

Begriffe neu definiert

Im Bereich MDR-Vigilanz müssen Nachweise durch Prozeduren und

Aufzeichnungen zum Vigilanzsystem (Artikel 87 bis 92) erbracht werden. Als wichtige Elemente sind hierbei zu nennen: schwerwiegende Vorkommnisse, Sicherheitskorrekturmaßnahmen im Feld sowie Trendmeldungen (Quelle: mdc). Es wurden neue Definitionen von Begriffen eingeführt.

So bezeichnet „Vorkommnis“ eine Fehlfunktion oder Verschlechterung der Eigenschaften oder Leistung eines bereits auf dem Markt bereitgestellten Produkts, einschließlich Anwendungsfehlern aufgrund ergonomischer Merkmale, sowie eine Unzulänglichkeit der vom Hersteller bereitgestellten Informationen oder eine unerwünschte Nebenwirkung. „Schwerwiegendes Vorkommnis“ bezeichnet ein Vorkommnis, das direkt oder indirekt eine der nachstehenden Folgen hatte, hätte haben können oder haben könnte: den Tod eines Patienten, Anwenders oder einer anderen Person; die vorübergehende oder dauerhafte schwerwiegende Verschlechterung des Gesundheitszustandes eines Patienten, Anwenders oder anderer Personen; eine schwerwiegende Gefahr für die öffentliche Gesundheit.

ANZEIGE

Scheideanstalt.de

Ankauf von Dentscheidgut

- stets aktuelle Ankaufskurse
- professionelle Edelmetall-Analyse
- schnelle Vergütung

ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG
+49 7242 95351-58
www.Scheideanstalt.de

ESG Edelmetall-Service GmbH
+41 55 615 42 36
www.Goldankauf.ch

Zentrale Anlaufstelle: EUDAMED

In Zukunft wird die EUDAMED-Datenbank das zentrale Portal für die Registrierung von Wirtschaftsakteuren und Produkten in der Medizintechnik sein. Die Hersteller wer-

den verpflichtet, EUDAMED zu nutzen, verbunden mit einer vorausgehenden Registrierung von Hersteller und Produkten. EUDAMED löst dann das Portal von BfArM (vormals DIMDI) als zentrale Anlaufstelle für relevante Meldungen ab. Nachweise durch Prozeduren und Nachweise zur Registrierung müssen dann in EUDAMED erbracht werden. Dafür wurde eine Übergangsfrist von 18 Monaten ab dem 26. Mai 2020 gewährt, unter der Voraussetzung, dass EUDAMED bis dahin fehlerfrei funktioniert. Dort können Hersteller auch die neue sogenannte SRN (single registration number) beantragen (Quelle: mdc).

Verantwortliche Person

Aus dem ehemaligen „Sicherheitsbeauftragten für Medizinprodukte“ wird in der MDR „für die Einhaltung der Regulierungsvorschriften verantwortliche Person“ (Artikel 15). Hersteller verfügen also in ihrer Organisation über mindestens eine Person mit dem erforderlichen Fachwissen auf dem Gebiet der Medizinprodukte, die für die Einhaltung der Regulierungsvorschriften verantwortlich ist. Sie müssen ab dem 26. Mai 2021 also eine „für die Einhaltung der Regulierungsvorschriften verantwortliche Person“ laut Artikel 15 MDR inklusive Stellenbeschreibung und ggf. Schulung als Nachweis benennen.

Als Qualifikationsvorgaben für die „Verantwortliche Person“ gelten Diplom, Zeugnis oder andere Nachweise einer formellen Qualifikation durch Abschluss eines Hochschulstudiums oder eines von dem betreffenden Mitgliedstaat als gleichwertig anerkannten Ausbildungsgangs in Recht, Medizin, Pharmazie, Ingenieurwesen oder einem anderen relevanten wissenschaftlichen Fachbereich, zudem mindestens ein Jahr Berufserfahrung in Regulierungsfragen oder Qualitätsmanagementsystemen im Zusammenhang mit Medizinprodukten,

alternativ vier Jahre Berufserfahrung in Regulatorischen Fragen oder Qualitätsmanagementsystemen im Zusammenhang mit Medizinprodukten. Die „Verantwortliche Person“ ist mindestens dafür verantwortlich, dass:

- die Konformität der Produkte in angemessener Weise gemäß dem Qualitätsmanagementsystem geprüft wird, in dessen Rahmen die Produkte hergestellt werden, bevor ein Produkt freigegeben wird;
- die Technische Dokumentation und die EU-Konformitätserklärung erstellt und auf dem neuesten Stand gehalten werden;
- die Verpflichtungen zur Überwachung nach dem Inverkehrbringen erfüllt werden;
- die Berichtspflichten eingehalten werden.

Medizinprodukteberater

Nicht mehr in der MDR, sondern im MPDG (Medizinprodukte-Durchführungsgesetz) enthalten ist nun die Position des Medizinprodukteberaters (MPB). In § 83 MPDG heißt es zu den Qualifikationsvorgaben: Wer berufsmäßig Fachkreise fachlich informiert oder die sachgerechte Handhabung der Medizinprodukte einweist, darf diese Tätigkeit nur ausüben, wenn er die für die jeweiligen Medizinprodukte erforderliche Sachkenntnis und Erfahrung für die Information und, soweit erforderlich, für die Einweisung in die Handhabung der jeweiligen Medizinprodukte besitzt. Dies gilt auch für fernmündliche Information.

Die Sachkenntnis besitzt, wer eine Ausbildung in einem naturwissenschaftlichen, medizinischen, technischen oder IT-kaufmännischen Beruf erfolgreich abgeschlossen hat und auf die jeweiligen Medizinprodukte bezogen geschult worden ist. Auch wer durch eine mindestens einjährige Tätigkeit, die in begründeten Fällen auch kürzer sein kann, Erfahrungen in der Information über die jeweiligen Medizinprodukte und, soweit erforderlich, in der Einweisung in deren Handhabung erworben hat, ist sachkundig.

Der MPB hat der zuständigen Behörde auf Verlangen seine Sachkenntnis nachzuweisen. Er hält sich auf dem neuesten Erkenntnisstand über die jeweiligen Medizinprodukte, um sachkundig beraten zu können. Der Auftraggeber hat für eine regelmäßige Schulung des MPB zu sorgen. Der MPB hat Mitteilungen von Angehörigen der Fachkreise über Nebenwirkungen, wechselseitige Beeinflussungen, Fehlfunktionen, technische Mängel, Gegenanzeigen oder sonstige Risiken bei Medizinprodukten aufzuzeigen und unverzüglich dem Hersteller, seinem Bevollmächtigten oder deren für die Einhaltung der Regelungsvorschriften verantwortlichen Person schriftlich oder elektronisch zu übermitteln.

Teil 3 in der ZT 5/21: Haftungsfragen und Zusammenfassung aller Maßnahmen zur endgültigen Umsetzung der MDR im Unternehmen.

Informationen wurden aufgrund von Teilnahme an QM-Workshops mit dem Schwerpunkt der Umstellung auf MDR bei zertifizierten Seminaranbietern recherchiert und gesammelt. Der Verfasser garantiert jedoch nicht die Korrektheit und die Vollständigkeit dieser Informationen und Ausführungen. Wir wünschen allen Herstellern von Medizinprodukten bei der Bewältigung der Herausforderungen in den nächsten Jahren viel Erfolg!

kontakt

dematec
medical technology GmbH
 Holzhauser Straße 158 B
 13509 Berlin
 Tel.: +49 30 33604170
 info@dematec.dental
 www.dematec.dental



GQ QUATTRO DISC SPACE DER ALLESKÖNNER IM PROTHETISCHEN ALLTAG



Jetzt entdecken

ZUKUNFTSMARKT DENTALER 3D-DRUCKER INKL. SERVICE UND KOMPETENZ

Ein dentaler 3D-Drucker ist die Investition in eine immer weiter verbreitete Technik. Als Formlabs-Partner beraten und unterstützen wir Sie mit unserer Erfahrung und weitreichendem Service – und das auch noch lange nach dem Kauf.

Sprechen Sie uns an!



Jetzt Musterdrucke anfordern:
www.goldquadrat.de/muster



IMMER ONLINE DENTAL · TECHNIK · PARTNER



formlabs kuraray Noritake panther Smile Line



T 0511 449897-0 · info@goldquadrat.de · www.goldquadrat.de

Fünf Tipps gegen Phishing

ING-Expertin Alexandra Schiefer erklärt, woran man betrügerische E-Mails erkennt und wie man sich schützt.

„Phishing“ ist ein Begriff aus der IT, der sich vom Englischen „password fishing“ ableitet: Mithilfe von gefälschten E-Mails oder Websites „angeln“ sich Kriminelle persönliche Daten wie Passwörter oder Kreditkartennummern. Die Mails und Websites wirken oft täuschend echt, sodass selbst erfahrene Internetnutzer*innen nicht auf den ersten Blick erkennen können, ob es sich um Betrug handelt. Hier sind sechs Tipps, wie man Phishing erkennt und sich schützt:

1. Achtung bei Gewinnen, Kontoproblemen und Abfrage von Daten

Ihre Kundendaten werden abgefragt? Sie sollen sich über einen Link einloggen, weil es Probleme mit Ihrem Konto gibt? Oder Sie haben etwas gewonnen? Vorsicht! Was erst mal verlockend wirkt, stellt sich häufig als Phishing-Angriff heraus. Auch großartige Rabatte, kostenfreie Programmdownloads oder die Aufforderung, Kundendaten zu verifizieren, verfolgen nicht selten den Zweck, Sie zu schnellen und unüberlegten Handlungen zu verleiten.

2. Kosten- und Zeitdruck sind verräterisch

Phishing-Mails versuchen typischerweise, Sie unter Handlungsdruck zu setzen: Zum Beispiel mit der Androhung, Ihr Konto werde gesperrt, wenn Sie nichts unternehmen. Oft kombinieren Kriminelle diese Drohung mit Zeitdruck. Typisch sind Aufforderungen wie „Sie müssten innerhalb von 24 Stunden reagieren.“ Auch Kostendruck ist ein beliebtes Mittel, um Druck aufzubauen, nach dem Motto: „Handeln Sie zu spät, kommt eine Gebühr auf Sie zu.“

3. Keine Links anklicken und Konten selbst im Blick behalten

Klicken Sie nicht auf einen Link in einer Nachricht, der Sie auffordert, Passwörter und Daten auf einer Website zu aktualisieren. Sicherer ist es, die URL, also die Internetadresse, selbst von Hand in den Browser einzugeben. Dies gilt übrigens generell, wenn Sie die Website Ihrer Bank aufrufen wollen. Zudem sollten Sie Ihr Konto im Blick behalten und es regelmäßig auf ungewöhnliche Aktivitäten hin überprüfen.

4. Phishing erfolgt über viele Kanäle

Wer glaubt, Phishing erfolge nur per E-Mail, der irrt. Betrugsversuche über SMS, WhatsApp und andere Messengerdienste, Briefe und sogar per Telefon sind nicht minder verbreitet. Darum halten Sie sich generell daran, wenn Sie kontaktiert werden: Teilen Sie über diese Kanäle niemals Ihre Passwörter oder Zugangsdaten mit.

5. Informieren Sie sich direkt auf der Website

Wenn Sie eine Phishing-Mail identifizieren: Markieren Sie diese als Spam. Bei Unsicherheiten informieren Sie sich in aller Ruhe auf der Internetseite des betroffenen Unternehmens, ob Ihrerseits Handlungsbedarf besteht. Ein Anruf beim Kundenservice des jeweiligen Anbieters kann ebenso hilfreich sein. So erfahren Sie, ob beispielsweise tatsächlich ein Problem mit Ihrem Kundenkonto besteht. Wichtig: Suchen Sie sich die Telefonnummer des Unternehmens selbstständig heraus und nutzen keine in der Mail aufgeführte Nummern. Die Verbraucherzentrale veröffentlicht zudem laufend Betrugsfälle auf ihrem Phishing-Radar unter www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/phishingradar

Quelle: ING Deutschland