



WIR HABEN NACHGEFRAGT!

HERAUSFORDERUNGEN IM HEALTHCARE-VERTRIEB 2025

1 Die größten Herausforderungen im Vertrieb

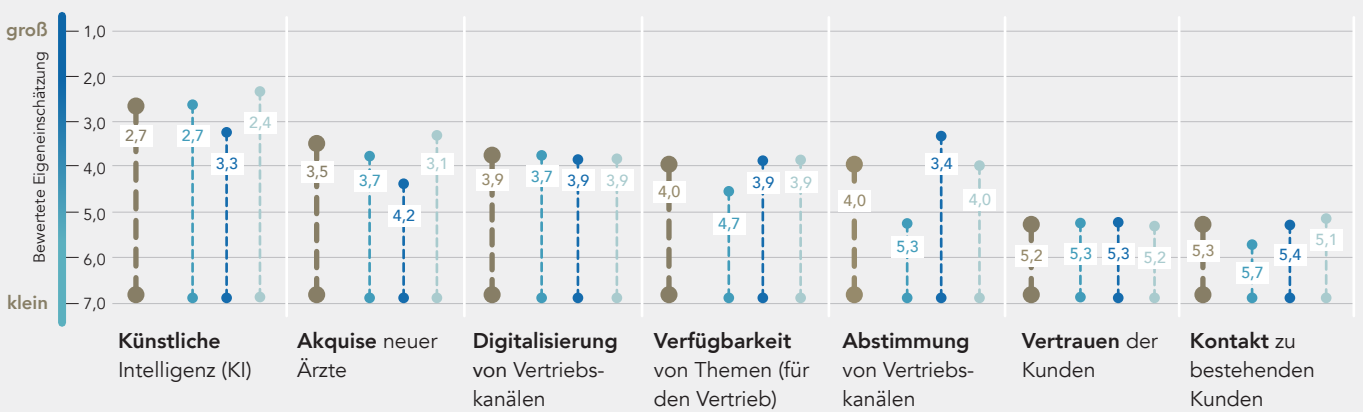
Wie in den letzten Jahren bleibt die Akquise neuer Ärzte eine der größten Herausforderungen im Healthcare-Vertrieb. Fast **60 % der befragten Experten geben an, dass sie sich mit der Neuaquise schwer bis sehr schwer tun.**

Neu hinzugekommen ist der **Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) als Top-Trend: 74 % der Befragten sehen darin eine große Herausforderung.**

Im Mittelfeld stehen weiterhin die Digitalisierung von Vertriebsprozessen, die Verfügbarkeit relevanter Themen und die Abstimmung zwischen Vertriebskanälen. Rund 40 % bewerten diese Bereiche als große Herausforderungen.

Weniger Sorgen bereiten Vertrieblern das Vertrauen ihrer Kunden und der Kontakt mit Bestandskunden. Weniger als 10 % sehen hierin eine große Herausforderung.

Die aktuellen Herausforderungen sind...



● Healthcare-Vertrieb Gesamt, davon: ● Dienstleister ● Geräte/Verbrauchsmittel Lieferant ● Pharmazeutische Hersteller

2 Die heißesten Healthcare Marketing Trends der kommenden 5 Jahre

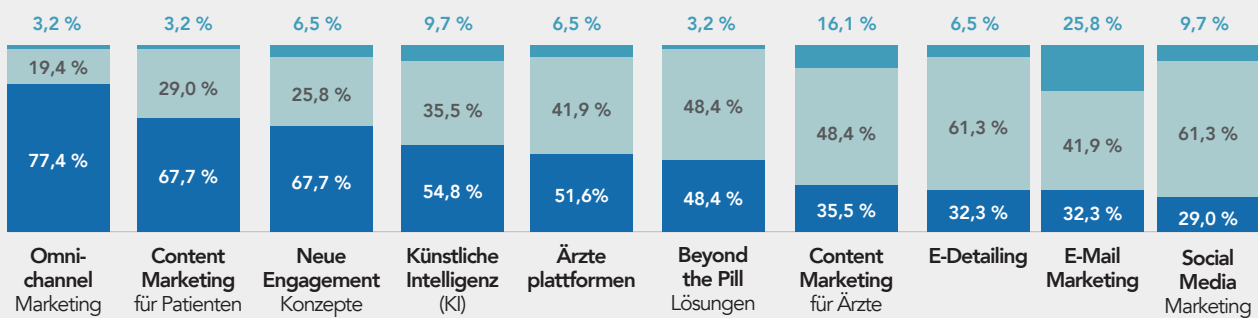
Der digitale Top-Trend im Gesundheitsmarkt bleibt Omnichannel, das auf eine stärkere Verknüpfung aller Vertriebs- und Marketingaktivitäten rund um die Bedürfnisse der Zielgruppe setzt. **Für fast 80 % der Befragten steht Omnichannel ganz oben auf der Zukunftsagenda, dicht gefolgt von Content Marketing und neuen Engagement-Konzepten mit jeweils 68 %.**

Im Mittelfeld rangieren KI (55 %), Ärzteplattformen (52 %) und Beyond-the-Pill-Lösungen (48 %). Besonders auffällig

ist der **Anstieg der Relevanz von Ärzteplattformen von 38 % auf 52 %**, während KI zwar als **große Herausforderung im Vertrieb wahrgenommen, jedoch nicht ganz so hoch priorisiert wird.**

Als weniger relevant bewerten Vertriebsexperten Content Marketing für Ärzte, E-Detailings, E-Mail-Marketing und Social Media Marketing. Nur E-Mail-Marketing konnte mit 32 % (vormals 22 %) zulegen, während die anderen Themen leicht an Bedeutung verloren haben.

Relevanz digitaler Vertriebsmaßnahmen



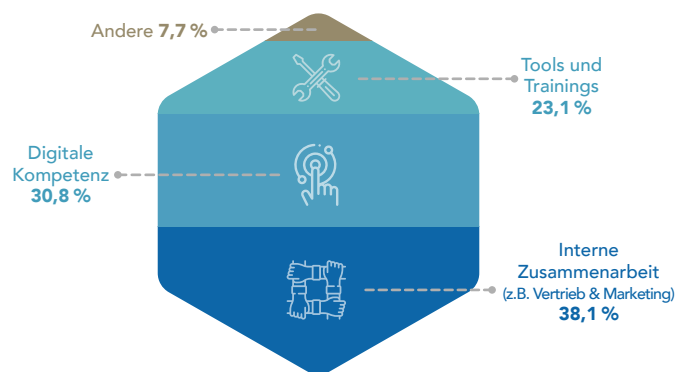
■ hoch relevant ■ neutral ■ nicht relevant

3 Das wünschen sich Vertriebsexperten

Als **wichtigsten Wunsch formulieren 38 % der Befragten eine bessere interne Zusammenarbeit im Unternehmen**, insbesondere zwischen Vertrieb und Marketing.

Dahinter folgt mit rund 31 % der Wunsch nach mehr digitaler Kompetenz. Häufig wird die Bedeutung eines digitalen Mindsets als Grundlage für einen erfolgreichen Transformationsprozess hervorgehoben.

An dritter Stelle steht mit 23 % die Forderung nach konkreten Tools (z. B. CRM, Automatisierung) und Trainings (z. B. Omnichannel).



**Welche Herausforderungen stellen sich Ihrem Team?
Lassen Sie uns gerne dazu sprechen!**

Durchführung:

Wir haben 34 Senior- und C-Level-Vertriebs- und Marketingexperten aus dem Gesundheitsmarkt im Zeitraum vom 03.11.2024 bis 07.01.2025 zu ihren größten Herausforderungen in der Praxis und den wichtigsten Healthcare-Marketing-Trends befragt.

Ansprechpartner:



Niko Gabrielides
Elbberg 1, 22767 Hamburg
+49 (0) 171 750 11 51
ng@brainershub.com
brainershub.com



BrainersHub

THE LEADING HUB FOR SMART BUSINESS GROWTH