



Pfizer.

Einführung einer Wissensmanagement-Lösung.



Der Kunde und sein Geschäft

Der Pfizer Konzern gehört zu den führenden und am schnellsten wachsenden Arzneimittelherstellern weltweit. Neben Customer Health Care und dem Tierarzneimittelgeschäft liegt der Schwerpunkt von Pfizer auf den Pharmaprodukten, mit denen der Konzern international auf Platz 1 der verkauften verschreibungspflichtigen Präparate angesiedelt ist. Pfizer baut dabei auf 85.000 Mitarbeiter, die in 80 verschiedenen Ländern angesiedelt sind und 25 unterschiedliche Sprachen sprechen. Die Produkte des Konzerns sind in 150 verschiedenen Ländern der Welt erhältlich.

Die Aufgabe

Die für Pfizer tätigen Pharmareferenten koordinieren in ihrem Arbeitsalltag eine Vielzahl von Terminen. Die Basis für die Terminplanung eines Pharmareferenten bildet ein flexibler Kalender und eine Customer Relation Software, die es ermöglicht, vertriebliche Daten zu speichern. Durch die Einführung eines Palm Tops in Zusammenhang mit dem PC ermöglicht die französische Tochter des Pfizer-Konzerns ihren Vertriebsmitarbeitern eine mobile und flexible Termin- und Besuchsplanung. Darüber hinaus werden diese technischen Geräte als Basis eines modernen und effektiven Wissensmanagements genutzt, indem die Pharmareferenten Erfahrungswerte, Reaktionen und Trends beim Verkauf elektronisch erfassen und über die Schnittstelle PC den Vertriebskollegen zur Verfügung stellen.

Es galt nun, die Handhabung der technischen Geräte zu schulen, die Mitarbeiter mit den Grundlagen der Microsoft Standard-Produkte vertraut zu machen und die von T-Systems Soleri entwickelte CRM-Lösung zu implementieren. Da solch eine Wissensmanagement-Lösung auf die Umsetzung durch die Mitarbeiter baut, war es notwendig, durch gezielte Maßnahmen die Akzeptanz der neuen Vorgehensweise zu erhöhen und somit die notwendige Verhaltensänderung zu fördern.

Die 1.300 Mitarbeiter sahen sich durch die kurz zuvor stattgefundenene Fusion mit Parke-Davis großen Änderungen ausgesetzt; daher bot es sich an, den firmeninternen Einigungsprozess durch die Schulungen zu unterstützen und so das Zusammenwachsen der Firmen zu fördern.

Eckdaten

- 1.200 Pharmareferenten und 100 Führungskräfte wurden in einem Zeitraum von 4 Wochen in zwei- bis dreitägigen Seminaren geschult.
- Bis zu 29 Schulungen fanden parallel in Paris statt.
- Dabei waren 30 Trainer und 12 Techniker im Einsatz.
- Nach Abschluss der Haupttrainingsreihe waren die überseeischen Länder Frankreichs an der Reihe.
- Bis heute laufen Follow-Up Schulungen, um neu hinzukommende Mitarbeiter mit der Lösung vertraut zu machen.

Die Lösung

In Zusammenarbeit mit T-Systems Soleri (heute T-Systems e-technologies), einer französischen Tochter des T-Systems Konzerns, die sich auf IT-Trainings im Administratorenbereich spezialisiert hat, hat Telekom Training für Pfizer eine Gesamtlösung ausgearbeitet.

In einer ersten Phase wurden 100 Mitarbeiter des Managements trainiert, die im weiteren Verlauf der Trainings als Co-Trainer fungierten und so zur Akzeptanz der Lösung beitrugen.

Während Phase zwei wurden 1.200 Pharmareferenten in heterogenen Gruppen auf einen einheitlichen Stand ihrer MS Office-Kenntnisse gebracht. Außerdem lernten sie das neue CRM-Tool kennen und übten sich in der Bedienung der Palm-Tops.

Durch die gemischten Trainingsgruppen hatten die Mitarbeiter Gelegenheit, die Kollegen und die ehemals unterschiedlichen Firmenkulturen kennen und verstehen zu lernen.

Die erforderlichen tiefgreifenden Verhaltensänderungen in der Arbeitswelt wurden durch Change Management Maßnahmen begleitet und die Akzeptanz der Lösung durch Projektmarketing erhöht. Dazu gehörte eine starke Einbindung der Managementebene, die in den Anwenderschulungen präsent war.

Die Unterstützung der Mitarbeiter durch ihre Führungskräfte wurde durch die persönliche Einladung, die jeder Teilnehmer von seiner Führungskraft erhielt, betont.

Ein vorab gedrehter Film und eine Image-Broschüre zeigten den Mitarbeitern die Vorteile der neuen Software. Darüber hinaus ist die Image-Broschüre auch als Nachschlagewerk einsetzbar, das den Transfer in den Arbeitsalltag begleitet.

Ein Event, der am Beginn jeder Trainingsreihe stand, gab dem Management die Möglichkeit, die neue Lösung vorzustellen und die Mitarbeiter an den Start zu „geleiten“. Ein speziell entwickeltes Logo „ector“ bewirkte eine höhere Identifizierung mit dem neu eingeführten CRM-Tool.



Kundennutzen

Telekom Training konnte dem Kunden ein komplettes Trainingspaket anbieten, wodurch Trainingskonzeption, -design, -planung und -durchführung aus einer Hand geleistet wurde. Ergänzt wurde die Palette durch speziell für den Kunden angefertigte Trainingsunterlagen und das Ressourcenmanagement für Trainer, Räume und Technik. Telekom Training war in der Lage, operativ zu handeln, und eine große Anzahl an Schulungsteilnehmern in kurzer Zeit zu qualifizieren. Um den Mitarbeitern die Neuorientierung zu erleichtern, wurden die Schulungsmaßnahmen in einen Change Management- und Projektmarketing-Rahmen eingebettet. Auf diese Weise wurden die Seminarteilnehmer befähigt, ihren individuellen Integrationsprozess besser umzusetzen und komplexe Situationen erfolgreicher zu meistern.

Um die Qualität der Schulungen sicherzustellen, hat Telekom Training alle Schritte - von der konzeptionellen Entwicklung bis hin zur Realisierung - mit den Vorstellungen des Kunden bzw. unternehmens- und projektspezifischen Besonderheiten ständig abgeglichen. Ergänzt wurden diese Maßnahmen durch den Einsatz von Feedbackbögen und durch eine Hotline.

Telekom Training
Godesberger Allee 154
53175 Bonn

Weitere Informationen bei
Kati Langer
Telefon 0711 972-45725
Kati.Langer@telekom.de

Sie haben Fragen oder Wünsche?
Besuchen Sie uns im Internet oder rufen
Sie uns einfach an. Wir beraten Sie gerne.

ServiceLine: 0800 8220220
Servicefax: 0800 8220221

www.training.telekom.de