

# Inzet nieuwe media wordt beloond met Award

Bristol-Myers Squibb (B-MS) is een internationale onderneming die farmaceutische- en gezondheidszorg producten ontwikkelt, produceert en voor klinisch gebruik beschikbaar maakt. De missie van B-MS is er op gericht het leven van de mens te verlengen en de kwaliteit van het leven te verbeteren door het ontwikkelen van innovatieve geneesmiddelen en gezondheidsproducten. Het onderzoeksprogramma van B-MS richt zich op aandoeningen zoals: hart- en vaatziekten, kanker, hiv/aids, diabetes, reuma, hepatitis, schizofrenie en bipolaire (manisch-depressieve) stemmingsstoornis.



Fragmenten uit de digitale patiënten brochure

## Digitale patiënten brochure

B-MS heeft belangrijke medicatie op het gebied van schizofrenie en manisch-depressieve stemmingsstoornis beschikbaar. Psychiatrische aandoeningen, waarbij de patiënt het normale contact met de - door zijn omgeving ervaren - werkelijkheid kwijt is. Om deze doelgroep en betrokkenen goed te informeren over de ziektebeelden, de behandelingen en het bestaan van de diverse instanties is er een informatieve video samengesteld; Leven met schizofrenie of een bipolaire stoornis. Psychiaters, patiënten, betrokkenen en de patiëntenvereniging delen feiten, tips en ervaringen. "Deze toegankelijke video, die oorspronkelijk is samengesteld voor patiënten en hun naasten, kan tevens worden bekeken door psychiaters in opleiding en verpleegkundigen", vertelt Petra Hafkamp, Customer Marketing Manager Neuroscience bij Bristol-Myers Squibb.

## Vergroot het bereik van de boodschap

Al 12 jaar organiseert B-MS een post ACC congres in Nederland, waar cardiologen een samenvattend verslag presenteren vanuit het internationale American College of Cardiology (ACC) congres. Afgelopen jaar heeft B-MS de hoogtepunten van het post ACC congres op video samengevat en deze aan haar doelgroep, de cardiologen, verstrekt. "Een fantastische video als naslagwerk of voor cardiologen die niet bij het post congres aanwezig konden zijn", vertelt Bas van Hees, Customer Marketing Manager Cardiovasculair (CV) products bij Bristol-Myers Squibb.

## Moderne kennisverrijking verdient StarAward

De ontwikkelingen in de medische markt gaan razendsnel en het aanbod van informatie is groot. "Het is voor ons iedere keer weer een uitdaging om onze interne medewerkers 'up to date' te houden over de laatste ontwikkelingen en trends op ons vakgebied. Daarbij rekeninghoudend dat mensen geen pakken papier meer lezen en er een maximum aan informatie op een trainingsdag overgedragen kan worden, vertelt Van Hees. "Voor onze rayon managers hebben wij een video samengesteld waarop de laatste marktontwikkelingen, productinformatie, nieuwtjes en de interne commerciële strategie en targets simpel worden uitgelicht. Ons team in Nederland is met deze innovatieve en effectieve manier van interne informatieoverdracht beloond met een StarAward", vervolgt Van Hees trots.



*"Ik vind het een fantastische digitale patiënten brochure. De verhalen zijn zo echt en doorleefd. Heel informatief en hoopvol voor andere patiënten."*

Dr. Cees Slooff  
psychiater



*"Het video initiatief is super ontvangen en intern beloond door onze B-MS StarAward."*

Bas van Hees  
customer marketing manager CV products bij B-MS



*"Wij wilden de psychiaters ondersteunen om de patiënt en hun naasten volledig en laagdrempelig te informeren over het ziektebeeld."*

Petra Hafkamp  
customer marketing manager neuroscience bij B-MS

# Q & A

***Wat wil B-MS met de digitale patiënten brochure bereiken?***

"Patiënten met een psychiatrische aandoening zijn over het algemeen moeilijk 'toegankelijk' voor informatie. Wij wilden de psychiaters ondersteunen om de patiënt en hun naasten volledig en laagdrempelig te informeren over het ziektebeeld", aldus Petra Hafkamp. Het medium video maakt het mogelijk om patiënten op een duidelijke en laagdrempelige manier te informeren. De emotie en ervaringen van andere patiënten zijn echt en doorleefd. Het geeft de patiënt een hoopvol vooruitzicht. Psychiaters geven het mee aan patiënten en hun naasten.

***Wat is de toegevoegde waarde van de video voor de psychiater?***

Hafkamp: "De psychiater vertelt de relevante informatie over het ziektebeeld en de behandelmethode aan zijn patiënt. Zij kunnen echter nooit de ervaringen en praktische tips van patiënten overbrengen zoals deze dit zelf kunnen. Het is dus een aanvullend naslagwerk op de informatie die de psychiater verstrekt aan zijn patiënt. Daarnaast geeft de video een compleet beeld van de informatie aan de naasten van de patiënt."

***Welke resultaten hebben de interne kennisverrijking video opgeleverd?***

Bas van Hees: "Een aantal keren per jaar worden onze rayon managers getraind middels een bijeenkomst. Tijdens zo'n bijeenkomst wordt er eigenlijk meer informatie overgedragen dan behapbaar is. En het is een moment. Het idee was om het leerproces eerder op te starten als voorbereiding op de bijeenkomst. We hebben voor video gekozen omdat de informatie op dit medium toegankelijker is dan op papier. Vervolgens konden de rayon managers tijdens de bijeenkomst interactief vragen stellen. Na de bijeenkomst werd de video nog regelmatig als naslagwerk gebruikt. Het initiatief is super ontvangen en intern beloond door onze B-MS StarAward."

***Hoe verloopt de samenwerking met Quadia?***

"De samenwerking met Quadia verloopt prima. Professioneel, creatief en ze begrijpen de medische markt met haar beperkingen en reglementen zeer goed", aldus Van Hees. Hafkamp geeft ook aan dat we ons bij de opnames met patiënten met een psychiatrische aandoening allemaal een beetje hebben verkeken op de planning. Deze patiënten laten zich niet altijd plannen ...."

***Wat zijn de nieuwe toekomstplannen met Web TV?***

Hafkamp: "Vanuit neuroscience willen we mogelijk Web TV gaan inzetten voor (na)scholing. We denken vanuit de e-learning toepassing aan nascholing en voor psychiaters". Bas van Hees vervolgt: "Bij cardiovasculair bekijken we de eigen Web TV mogelijkheden en de opties om mee te liften op het doelgroepkanaal Cardiologie TV van Quadia Web TV."