



Unternehmensprofil **sananet**

Stand 12.01.2012



sananet GmbH

Unternehmensberatung für das Gesundheitswesen

Breite Str. 6-8
23552 Lübeck

Tel: 0451 / 400 83 00
Fax: 0451 / 400 83 02

Email: info@sananet.com
Internet: www.sananet.com

HRB 4798 Amtsgericht Lübeck

Lage: im Zentrum von Lübeck
Im Haus der Kaufmannschaft

Gründung: März 2000

Geschäftsführender Gesellschafter: Tilo Stolzke



**Ziel: Unternehmen im Gesundheitswesen helfen,
das Überleben im Wettbewerb zu sichern.**



Ihr Berater

Tilo Stolzke

sananet
Breite Strasse 6-8
23552 Lübeck
Tel.: 0451-400 83 01
Fax.: 0451-400 83 02
Mobil: 0178 65 95 303
Mail: stolzke@sananet.com

Email: stolzke@sananet.com



Mit über 20 Jahren Erfahrung in Medizintechnik und Gesundheitswesen ist Tilo Stolzke (Jahrgang 1959) auf längerfristige, strategische Konzeptionen und die strukturierte Umsetzung in zukunftsorientierte Marketing- und Vertriebsstrategien spezialisiert. Die Bildung tragfähiger Kooperationen (auch im internationalen Umfeld) ist ein weiterer Schwerpunkt.

Nach dem Studium der Medizintechnik bewies er zunächst im Vertrieb der Picker International sein Verständnis für direkte Kundenbedürfnisse. 1989 wechselte er zu Dräger, wo er in unterschiedlichen Unternehmensbereichen vom Projektleiter über Marketing Manager zum Leiter Produktmarketing aufstieg. Er verantwortete den Prozess der zielgruppen-, kosten- und termingerechten Produktgenerierung unter Einbeziehung internationaler Fertigungsstätten und die strategische Ausrichtung der Produktpalette auf die veränderten Märkte.

In der TERAKLIN AG, einem innovativen Start Up Unternehmen, baute er das wissenschaftliche Marketing und das Produktmanagement auf und übernahm die Verantwortung als internationaler Vertriebsdirektor mit einem Schwerpunkt in Asien.

Als geschäftsführender Gesellschafter der sananet GmbH hat er die Schwerpunkte Unternehmensgründung und –Aufbau, Vertrieb und Marketing und unterstützt Sie bei der Verbesserung Ihres Umsatzes im Wettbewerbsumfeld.



Verblisterung- Apothekenmarketing

Für Apotheker, Blisterzentrum und Pharma-Industrie

Verblisterung für Apotheker

- Verblisterung als Marketinginstrument zur Gewinnung von Heimen und Chronikern
- Wirtschaftlichkeitsrechnung
- Marktanalyse
- Aufbau eines ertragreichen Verblisterungsprozesses
- Herstellerunabhängige Beratung zu Blisterautomaten und Verblisterungssoftware
- Marketing und aktive Vertriebsunterstützung
- Prozessverbesserung bei bestehender, verlustbringender Verblisterung

Verblisterung für das Blisterzentrum

- Gründungscoaching (akkreditiert bei KfW)
- Begleitung der Strategieentwicklung
- Finanzierungsfähiger Business Plan
- Basisanalyse, Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Finanzierung – Förderung, Investorensuche
- Prozessabläufe im Blisterzentrum
- Raumplanung Blisterzentrum inkl. Reinraum
- Herstellerunabhängige Beratung zu Blisterautomaten und Verblisterungssoftware
- Unterstützung bei der Erlangung der Herstellungserlaubnis nach §13 AMG für das Blisterzentrum
- Projektleitung beim Aufbau des Blisterzentrums (Interimsmanagement)
- Marketing und aktive Vertriebsunterstützung
- Suche und Verhandlung mit Kooperationspartnern

Verblisterung für die Industrie

- Verblisterung als Thema für Krankenkassen
- Marktanalyse, Trends
- Marktanforderungen für die Auslegung von Maschinen zur automatischen Verblisterung
- Suche und Verhandlung mit Kooperationspartnern

Mehr unter

<http://www.verblistern.com>

Apothekenmarketing

- Markenstrategie, Markenaufbau
- Marktanalyse
- Kundenbefragung, Patientenbefragung für die Apotheke
- Filialisierung für die Apotheke
- Internetmarketing

Mehr unter

<http://www.sananet.com/apotheke>



Projektbeispiele

Bitte haben Sie Verständnis, dass wir grundsätzlich keine Kundenkontakte als Referenzen nennen

Neuorientierung und Gründung Medizintechnik Firma

- Gründung von Medizintechnischen Unternehmen auf Basis klinischer Innovationen
- Strategieerarbeitung unter besonderer Berücksichtigung von Wettbewerbsaspekten
- Finanzierungsbeschaffung und Suche von strategischen Investoren
- Einführung eines erfolgsorientierten Controllings zur Unternehmenssteuerung
- Leitbilderarbeitung
- SWOT-Analyse und Prozessbewertung
- Erarbeitung einer Neupositionierung und entsprechender Marketingkonzeption
- Interimsmanagement bei der Einführung neuer Produktbereiche
- Überprüfung der Überlebensfähigkeit und Sanierung eines Unternehmensbereiches

Marketing Medizintechnik und Vertrieb von Medizinprodukten

- Aufbau eines internationalen Distributionsnetzes für ausländische Hersteller
- Strategische und technische Beratung im Exportgeschäft
- Neuaufbau des Marketingbereiches als Interimsmanager mit anschließender Suche nach firmeneigenem Mitarbeiter
- Aufbau eines eigenen Vertriebs und Vertriebsleitung als Interimsmanager mit anschließender Suche nach firmeneigenem Mitarbeiter
- Aktive Betreuung von Keykunden bei neuem Produkt
- Kundenbefragung zur wahrgenommenen Qualität

Patientenzuführung - Krankenhausmarketing

- Aufbau eines Medizinischen Versorgungszentrums (MVZ)
- Einzugsbereichsanalyse für Klinikette mit Benchmark der Standorte
- Einzugsbereichsanalyse zur Ermittlung weiterer Patientenpotenziale
- Einweiserbefragung / Zuweiserbefragungen
- Krankenhausmarketingkonzept
- Aufbau eines Netzes aus medizinischen Leistungserbringern
- Gutachten und Gründungsbegleitung von Seniorenheimen
- Prozesskostenanalyse und Ansatzpunkte für die Sanierung eines Krankenhauses
- Gutachten zur Zukunftsfähigkeit von Krankenhäusern unter besonderer Berücksichtigung von Markenaspekten und Kostenzwängen
- Aufbau einer kostensenkenden integrierten Versorgung nach §140 SGB V aus Ärzten und Klinik
- Entwicklung klinischer Pfade mit Qualitäts- und Kostenoptimierung

Verblisterung – Apothekenmarketing

- Projektleitung beim Aufbau eines Blisterzentrums
- Finanzierungsbeschaffung, Förderung und Suche strategischer Investoren
- Einführung der patientenindividuellen Verblisterung von Medikamenten
- Prozessverbesserung und Kostenreduktion bei bestehender Verblisterung
- Strategieberatung bei Diversifikation einer Apotheke und Coaching des Inhabers
- Kundenbefragung
- Strategische Neuausrichtung einer Apotheke außerhalb des Offizingeschäftes