

Markteintrittshindernisse Medizintechnik

Typischer Verlauf der Marktdurchdringung bei innovativen Medizinprodukten

Das Risiko bei innovativen Medizinprodukten ist, dass der Übergang von den Key Opinion Leader als Early Adopters zu den Normalkunden falsch eingeschätzt wird. Dieser Übergang muss in der Markteinführungsstrategie gut geplant sein. Die Voraussetzungen zum Verkauf an die Normalkunden muss gegeben sein.

