

Pharma Digital & Social Media Marketing Manager

Der Lehrgang für ein erfolgreiches digitales Pharma-Marketing

DIE THEMEN

- Welche digitale Strategie passt zum Unternehmen?
- Rechtliche Eckpfeiler im digitalen Marketing
- HCP Communities & Public Communities: Chancen & Risiken
- KPI & ROI - Erfolgsmessung digitaler Aktivitäten
- Workshop Customer Centricity



Mit vielen
Praxisbeispielen
&
Online-Lernerfolgs-
kontrolle

IHRE REFERENTEN

Alexander Maur

Kanzlei am Ärztehaus Frehse Mack
Vogelsang, Köln
Rechtsanwalt und Partner

Dr. Kay Rispeter

MSD SHARP & DOHME GMBH, Haar
Ass. Director Communications
External Affairs & Digital Transformation

Daniel Schaller

Good Healthcare Group, Berlin
Director Sales & Business Development

Alexander Almerood

Zuvor Associate Marketing Director MS
bei Celgene GmbH, München

Akkreditiert durch:



Ziel des Lehrgangs

Digital und Social Media Manager in der pharmazeutischen Industrie verantworten ein breites und sehr relevantes Aufgabengebiet. Sie sind unter anderem verantwortlich für die Kommunikation in den sozialen Netzwerken und konzipieren hierfür den Social Media Auftritt, führen digitale Kampagnen durch und überwachen diese. Gerade im pharmazeutischen Marketing gelten hier besondere Bedingungen, die es zu berücksichtigen gilt.

In unserem Lehrgang erfahren Sie,

- wie Sie die Außenwirkung Ihres Unternehmens in der digitalen Welt entscheidend beeinflussen können.
- wie Sie digitale Trends für Ihr Unternehmen richtig bewerten und umsetzen können.
- welche rechtlichen Aspekte Sie beim digitalen Marketing unbedingt beachten müssen.

Teilnehmerkreis

Der Lehrgang wendet sich an Fach- und Führungskräfte der pharmazeutischen Industrie, die in die digitale Strategie ihres Unternehmens eingebunden sind, insbesondere aus folgenden Abteilungen:

- Marketing/Produktmanagement
- PR, Unternehmenskommunikation
- Medical Affairs
- Business Development

Ihre Referenten

Alexander Maur

Kanzlei am Ärztehaus Frehse Mack
Vogelsang, Köln
Rechtsanwalt und Partner

Dr. Kay Rispeter

MSD SHARP & DOHME GMBH, Haar
Ass. Director Communications
External Affairs & Digital Transformation

Daniel Schaller

Good Healthcare Group, Berlin
Director Sales & Business Development

Alexander Almerood

Zuvor Associate Marketing Director MS
bei Celgene GmbH, München

Ihr Nutzen

- Sie kennen die Möglichkeiten des digitalen Pharma-Marketings und können die für Ihr Unternehmen passenden Anwendungen zielführend umsetzen.
- Der interaktive Lehrgang ermöglicht Ihnen eigene Problemstellungen mit den Referenten und Teilnehmern zu diskutieren, um so Ihre individuellen Fragestellungen zu klären.

Unser Qualitätsversprechen

Wir arbeiten nach den IMI-Qualitätskriterien. Eine Gesamtbewertung durch 2.701 Teilnehmer in 348 Seminaren ergab die Schulnote 1,6 für unsere Gesamtleistung (Erhebungszeitraum 10/17 - 9/18).

Tag 1: 09:00 - 17:00 Uhr

Digital Marketing in Pharma

Alexander Almerood

- Warum brauchen Pharmaunternehmen eine digitale Strategie und wie sieht eine aus?

Operative Umsetzung neuer digitaler Strategien

Alexander Almerood

- Digitale Bausteine
- Multi Channel Marketing
- Ganzheitliche Kampagnen

Pharma Content Marketing

Alexander Almerood

- Content - wie, wo, was?
- Storytelling
- Influencer-Marketing: Hot or not?

Customer Centricity

Daniel Schaller

- Anforderungen an eine zukunftsfähige Marktbearbeitung
- Evolution im Kanalorchester
- Zieldefinition & Entwicklung einer ganzheitlichen Strategie
- Aufbau eines Customer Centricity Modells
- Aktivitätentracking, Reporting & Bewertung

Workshop: Entwicklung eines Customer Centricity Ansatzes

Daniel Schaller

Tag 2: 09:00 - 16:30 Uhr

Rechtssicherheit im Internet

Alexander Maur

- Internetwerbung: Social Media & Apps
- Grenzen des Heilmittelwerberechts
- Datenschutz & Haftungsfragen
- Verantwortlichkeiten für Chat-Foren

Social Media im Marketing- und Kommunikationsmix

Dr. Kay Rispetter

- Relevanz von Social Media für Pharma
- Strategische Fragen vor einer Einbindung von Social Media in den Kommunikations- und Marketingmix
- HCP Communities: Wann Zusammenarbeit mit welcher Community?
- Patienten: Optionen für "User generated Content"
- Public Communities, z. B. Facebook. Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken

"Shitstorm" - in der Social Media Küche ist es heiß

Dr. Kay Rispetter

- Im Auge des "Shitstorms": Was kann passieren, wie fühlt es sich an?
- Vorbereitung ist die beste Vorsorge

Erfolgsmessung der Aktivitäten

Dr. Kay Rispetter

- Relevanz und Aufbau eines Dashboards
- Welche KPIs sind die Bäume im Wald digitaler Aktivitäten?
- Wo ist der ROI?

Pharma Digital & Social Media Marketing Manager

ANMELDUNG UNTER

service@forum-institut.de
www.forum-institut.de
Webcode 1911295

Tel. +49 6221 500-500
Fax +49 6221 500-555



ANMELDEFORMULAR

Ja, ich nehme teil:

- Pharma Digital & Social Media Marketing Manager
- Ja, ich bin damit einverstanden, dass das FORUM Institut mir Informationen zu Veranstaltungen
- per E-Mail per Telefon übermitteln darf.
Meine Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen.

Termin/Veranstaltungsort:

11. - 12. November 2019 in Frankfurt/Offenbach
ab 08.30 Uhr Registrierung;
Lehrgang Tag 1: 09:00 -17:00 Uhr;
Tag 2: 09:00 -16:30 Uhr
Sheraton Offenbach
Berliner Str. 111 · 63065 Frankfurt/Offenbach
Tel. +49 69 82999-0 · Fax +49 69 82999-800

Gebühr:

€ 1.790,00 (+ gesetzl. MwSt.)
inkl. hochwertiger Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat, Arbeitssessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.01.2016), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.

IHR ANSPRECHPARTNER



Cornelia Gutfleisch
Konferenzmanagerin Healthcare
Tel. +49 6221 500-694
c.gutfleisch@forum-institut.de