




ALLE REFERENT*INNEN IM ÜBERBLICK




Mag. Wolfgang Gröger, MAS




Lisa Großmann, MA
Marketing Manager Innovation
Models GERIATICH,
sanofi-aventis GmbH




DDr. Karina Hellbert, LL.M.
Rechtsanwalt,
Maybach Bechter Hellbert Rechts-
anwälte GesbR




Mag. Katharina Lechner
Geschäftsführerin,
Touché Videoproduktion OG




Mag. Alexander Leopoldinger-Haiden
Geschäftsführer,
ACOS Digital GmnH




Elisabeth Mondl, MA
Lead Digital Marketing Management
& Public Relations Management,
Schwabe Austria GmbH



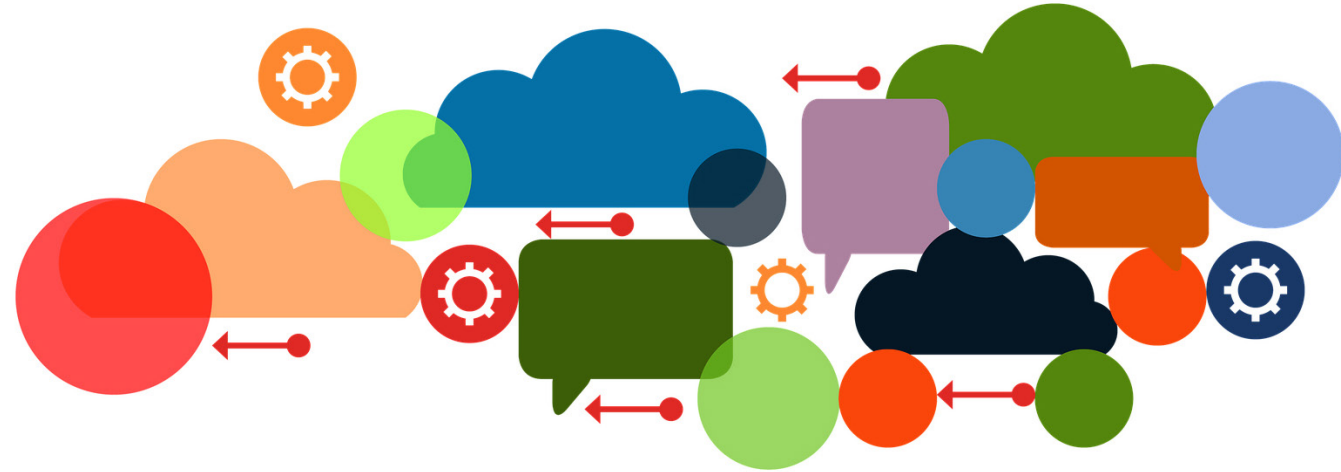
Andreas Moser
Geschäftsführer,
Cake+Health



Mag. Bettina T. Resl
Head of Public Affairs Sanofi CHC
Europe,
sanofi-aventis GmbH



Tom Roschaneck
Geschäftsführer,
CallMeTom e.U.



SEMINARREIHE
DIGITAL PHARMA MARKETING
8 STEPS FOR BEST PRACTICE

05. Mai 2022- 29. Juni 2022

ZIELGRUPPE

- ✓ PR- und Kommunikationsverantwortliche
 - ✓ Compliance Officer
 - ✓ Legal Affairs Manager
- ✓ Key Account Manager
 - ✓ Public Affairs Manager
 - ✓ Business Unit Manager
 - ✓ Dienstleister der Pharmaindustrie
- ✓ Produktmanager
 - ✓ (Digital) Marketing Manager
 - ✓ Sales Mitarbeiter / Representative

VERANSTALTUNGSART

Hybrid: Bei unseren Hybrid-Veranstaltungen haben Sie die Möglichkeit auszuwählen, ob Sie an der Veranstaltung vor Ort in der PHARMIG ACADEMY oder Online mit Microsoft Teams teilnehmen. Selbstverständlich können Sie bei jeder Variante direkt Fragen an die Expert*innen stellen.

STORNIERUNG / RÜCKTRITT

Ein gebührenfreies Storno ist vor dem 30. Kalendertag vor Beginn der Veranstaltung möglich. Die Entsendung eines Vertreters / einer Vertreterin zur gebuchten Veranstaltung ist jedoch möglich. Stornierungen können ausschließlich schriftlich entgegengenommen werden. Die weiteren Stornofristen entnehmen Sie bitte unseren [AGB](#).

Die PHARMIG ACADEMY behält sich das Recht bei Ausfall eines/einer Referenten/Referentin oder mangelnder TeilnehmerInnenanzahl das Seminar zu verschieben oder abzusagen. In diesem Fall entsteht kein kostenloses Rücktrittsrecht oder sonstige Ansprüche seitens der KundInnen.

Sofern ein Verbrauchergeschäft im Sinne des § 1 KSchG vorliegt, haben Kund*innen ein Rücktrittsrecht gemäß den Bestimmungen des Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetzes (FAGG). Auf unserer Website finden Sie nähere Details dazu ([AGB](#)) sowie das [Muster-Widerrufsformular](#) für Verbraucher*innen.

KONTAKT

PHARMIG ACADEMY, Operngasse 6/6, 1010 Wien
T: +43 664 2379 566, office@pharmig-academy.at
www.pharmig-academy.at



Die pharmazeutische Industrie gehört weltweit zu jenen Branchen, in denen es die meisten Reglementierungen gibt. Das gilt vor allem für die Kommunikation zwischen Pharmaunternehmen, Ärztinnen und Ärzten und Patientinnen und Patienten. Pharmamarketing gilt daher zurecht als Königsdisziplin des Marketings. Umso wichtiger ist es daher für Firmen, Instrumente, Strategien und Meilensteine zu etablieren, um gerade im digitalen Bereich erfolgreich mit der Zielgruppe zu interagieren. In acht Schritten zeigt Ihnen diese Seminare einzeln oder nacheinander Möglichkeiten auf, wie Ihr Unternehmen bestens performen kann.

WAS SIE ERWARTET:

- ✓ **GESAMTKONZEPT**
abgestimmte & praxisorientierte Inhalte
- ✓ **NEUN AUSGEWIESENE FACHEXPERTEN**
garantieren hohe Qualität und Praxisbezug
- ✓ **ALS SEMINARREIHE ODER EINZELN BUCHBAR**

SEMINARE IM ÜBERBLICK	DATUM	PREISE (exkl. 20 % MwSt.)	
STEP 1: Allgemeine Begriffe und Grundlagen	HYBRID DO., 05.05.2022	€ 255,-*	€ 280,-**
STEP 2: Videomarketing im Pharmabereich	HYBRID DI., 10.05.2022	€ 255,-*	€ 280,-**
STEP 3: Rechtliche Grundregeln im Umgang mit digitalen Medien	HYBRID DI., 17.05.2022	€ 425,-*	€ 470,-**
STEP 4: Digitale Strategie und Customer Journey	HYBRID DI., 24.05.2022	€ 255,-*	€ 280,-**
STEP 5: Digitale Kampagne / Fallbearbeitung / Ausblick	HYBRID DI., 24.05.2022	€ 255,-*	€ 280,-**
STEP 6: Social Media - Communication and Patient Relations	HYBRID DI., 14.06.2022	€ 255,-*	€ 280,-**
STEP 7: Website Engagement in der Pharma	HYBRID MI., 22.06.2022	€ 425,-*	€ 470,-**
STEP 8: Omni-Channel-Strategie	HYBRID MI., 29.06.2022	€ 425,-*	€ 470,-**
ALLE 8 SEMINARE (abzüglich 10 % Kombirabatt bei gemeinsamer Buchung)		€ 2.295,-*	€ 2.529,-**



* Preis für Pharmig-Mitglieder | ** Preis Regulär

www.pharmig-academy.at





SEMINARREIHE - DIGITAL PHARMA MARKETING 8 STEPS FOR BEST PRACTICE

ALLE SEMINARE IM ÜBERBLICK

STEP 1 ALLGEMEINE BEGRIFFE UND GRUNDLAGEN

DO., 05.05.2022, 09:00 – 11:00 UHR

Pharma Marketing goes digital. Erfahren Sie in diesem Einführungsseminar mehr über die Möglichkeiten von digitalem Pharma Marketing. Was ist darunter zu verstehen und wie funktioniert die Anwendung von digitalen Tools in einem hochregulierten Umfeld.

FOKUS:

- ✓ Grundlagen für erfolgreiches digital Pharma Marketing
- ✓ Digitale Formate im Pharma Marketing
- ✓ Tools und Techniken



Mag.
Bettina T. Resl

STEP 2 VIDEOMARKETING IM PHARMABEREICH

DI., 10.05.2022, 11:00 - 13:00 UHR

Videos sind die dominierende Kraft im Online-Marketing. Sie bieten eine einzigartige Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen aussagekräftig und klar vorstellbar zu vermarkten. Die Einbindung einer Videostrategie, die im Einklang mit der Marke sowie den Bedürfnissen und den Vorlieben der VerbraucherInnen steht, ist dabei entscheidend.

FOKUS:

- ✓ Warum Video (Vorteile des Mediums)
- ✓ Welche unterschiedlichen Video-Typen werden in der Pharma-Kommunikation eingesetzt (inkl. Best Case Filme)
- ✓ Was muss ich bei der Planung eines Videos beachten, welche Rahmenbedingungen (Zeit, Kosten, interne Hürden)



Mag.
Katharina Lechner



Andreas Moser

STEP 3 RECHTLICHE GRUNDREGELN IM UMGANG MIT DIGITALEN MEDIEN

DI., 17.05.2022, 09:00 – 13:15 UHR

Das Dickicht der Dos und Don'ts im Social Media Bereich ist undurchsichtig. In diesem Hybrid-Seminar erhalten Sie den Durchblick bei rechtlichen Rahmenbedingungen auf Social-Media-Kanälen. Im ersten Teil dieses Seminars erfahren Sie, welche Einschränkungen sich dadurch für Ihr Unternehmen und in welchem Ausmaß Sie diese Tools dennoch nutzen können. Im zweiten Teil werden anhand von konkreten Fallbeispielen juristische Besonderheiten dargestellt und so für die Praxis aufbereitet, dass Sie verschiedene digitale Kanäle rechtssicher verwenden können. Außerdem erleichtern Einblicke in Best-Practice-Beispiele das Navigieren durch den virtuellen Raum der digitalen Medien.

FOKUS:

- ✓ Rechtliche Rahmenbedingungen: Fallstricke oder nützliche Tools?
- ✓ Dos & Don'ts im Pharma Social Media Marketing
- ✓ Best Practice / Fallbeispiele



DDr. Karina
Hellbert, LL.M.

STEP 4 DIGITALE STRATEGIE UND CUSTOMER JOURNEY

DI., 24.05.2022, 09:00 – 11:00 UHR

In diesem Seminar wollen wir Handlungsoptionen aufzeigen, die Ihnen bei einer erfolgreichen Planung und Umsetzung von digitalen Kommunikationsagenden helfen werden. Auf Basis einer step-by-step Anleitung und Checkliste wollen wir Ihnen Methodiken vermitteln um schneller, präziser und erfolgreicher digitale Strategien implementieren und adaptieren zu können.

FOKUS:

- ✓ Grundlagen digitaler Kommunikation
- ✓ Content- und Performance Marketing
- ✓ Data Mining und Künstliche Intelligenz
- ✓ "Miß es oder vergiß es"?
- ✓ Chancen und Fallstricke in Planung und Durchführung
- ✓ Step-by-step Guide und Checkliste „Digitale Strategie“



Andreas Moser

STEP 5 DIGITALE KAMPAGNE / FALLBEARBEITUNG / AUSBLICK

DI., 24.05.2022, 11:30 - 13:30 UHR

Wie geht meine Kampagne viral? Das ist eine der häufigsten gestellten Fragen bei Agentur-Briefings. Die wenigsten Kampagnen gehen jedoch viral und trotzdem sind sie erfolgreich. Was zeichnet eine gelungene Kampagne bzw. digitales Marketing dann aus? Dieses Hybrid-Seminar führt sie über Fallbeispiele aus OTC / Rx (Disease Awareness) an die relevanten Erfolgsfaktoren im Digital Marketing. Sie erfahren mehr über die Planung einer Kampagne, wie z.B. Zielsetzung, Recherchen, Konzeption und Umsetzung, bis zur Erfolgsmessung. Darüber hinaus erwartet Sie ein Ausblick über aktuelle digitale Trends.

FOKUS:

- ✓ Fallbeispiele OTC / Rx (Diseases Awareness)
- ✓ Planung eigener Kampagne
- ✓ Digitale Trends – Ausblick



Mag. Wolfgang
Gröger, MAS



Tom Roschanek

STEP 6 SOCIAL MEDIA – COMMUNICATION AND PATIENT RELATIONS

DI., 14.06.2022, 09:00 – 11:00 UHR

Die Kommunikation zwischen pharmazeutischer Industrie und Patientinnen und Patienten wird durch den Einsatz von Social Media-Tools erleichtert. Doch jede Zielgruppe möchte anders angesprochen werden. Wie Unternehmen mit Stakeholdern digital kommunizieren können, welche Rolle Bildsprache und der Einsatz von Hashtags im Social Media-Bereich spielen und wie Herausforderungen auf diesem Weg erfolgreich gemeistert werden können, erfahren Sie in diesem Hybrid-Seminar.

FOKUS:

- ✓ Mehrwert von Social Media Kommunikation in der Pharmazeutischen Industrie
- ✓ Social Media Interaktionsmöglichkeiten iZm Patient Advocacy und Patient Relations
- ✓ Dos and Dents in der Social Media Stakeholderansprache
- ✓ bezahlter vs. organischer Content
- ✓ Differenzierung zwischen den Social-Media-Kanälen zur gezielten Zielgruppenansprache



Mag.
Bettina T. Resl

STEP 7 WEBSITE ENGAGEMENT IN DER PHARMA

MI., 22.06.2022, 09:00 - 13:30 UHR

Die digitalen Techniken entwickeln sich laufend weiter, parallel verändert sich die Erwartungshaltung von Fachexperten und Laien im Gesundheits- und Life Science-Bereich. Die Website, egal ob Corporate Page/ Home Page oder Disease Awareness bzw. Indikations-Seite sind allerdings nach wie vor zentraler Bestandteil jeder Pharmakommunikation. Die Website-Benutzererfahrung wird in einem intensiveren Wettbewerb ständig wichtiger. Somit steigen die Anforderungen an die Website in Kriterien wie Aussehen, Glaubwürdigkeit, Konsistenz, Benutzerfreundlichkeit, Funktionalität und Individualität und diese Kriterien sollen erfüllt und damit auch messbar sein. Was aber zeichnet eine „gute“ Website aus? Was ist heute „State of the Art“ und wie kann ich den Erfolg meiner Seite messen?

FOKUS:

- ✓ Was sind Erfolgsfaktoren einer guten Website und wie werden sie definiert und gemessen?
- ✓ Content: Was zeichnet guten Content aus und wie kann ich messen, ob er auch angenommen wird?
- ✓ Wie kann ich guten Content produzieren - und wie unterscheide ich mich von anderen?
- ✓ Umsetzbare Strategien zur Steigerung des Website-Engagements anhand ausgewählter Beispiele (OTC, RX)



Mag. Wolfgang
Gröger, MAS



Mag. Alexander
Leopoldinger-Haiden

STEP 8 OMNI-CHANNEL-STRATEGIE

MI., 29.06.2022, 09:00 - 13:00 UHR

Es gibt heute Kanäle für jede Zielgruppe. Das ist eine große Chance für Unternehmen, bedeutet aber auch eine ebenso große Aufgabe, diese Kanäle sinnvoll zu nutzen. Umso wichtiger ist es daher für Firmen, Instrumente, Strategien und Meilensteine zu etablieren, um gerade im digitalen Bereich erfolgreich mit der Zielgruppe zu interagieren. Im Modul Omnichannel-Strategie möchten wir Ihnen anhand von praxisnahen Inhalten, die Möglichkeiten des integrierten Kommunikations- und Marketingmix vermitteln und Ihnen relevante Tools für Ihre Strategieplanung und -umsetzung mitgeben.

FOKUS:

- ✓ Omnichannel Strategieplanung – die wichtigsten Bausteine im Rx- und OTC Segment
- ✓ Customer Journey - von der Theorie in die Praxis
- ✓ Erfolgsmessung (KPIs) – so messen Sie den Erfolg Ihrer Maßnahmen
- ✓ Aktuelle Trends & Ausblick



Lisa Großmann, MA



Elisabeth Mondl, MA