



SEMINARREIHE DIGITAL PHARMA MARKETING 8 STEPS FOR BEST PRACTICE

13. Oktober 2021 - 23. November 2021

SEMINARREIHE DIGITAL PHARMA MARKETING 8 STEPS FOR BEST PRACTICE

13. Oktober 2021 - 23. November 2021

ALLE REFERENT*INNEN IM ÜBERBLICK



Mag. Wolfgang Gröger, MAS
Head of Communications and
Patient Advocacy Groups Austria,
Merck Gesellschaft m.b.H.



Lisa Großmann, MA
Marketing Manager Innovation
Models GER|AT|ICH,
sanofi-aventis GmbH



DDr. Karina Hellbert, LL.M.
Rechtsanwalt, Leiterin des Bereichs
Life Sciences/ Pharmarecht,
Polak & Partner Rechtsanwälte
GmbH



Mag. Katharina Lechner
Geschäftsführerin,
Touché Videoproduktion OG



Mag. Alexander Leopoldinger-Haiden
Geschäftsführer,
ACOS Digital GmH



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.

ZIELGRUPPE

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

Rücktritt: Ein gebührenfreies Storno ist bis 4 Wochen vor der Veranstaltung möglich. Wir bitten um Verständnis, dass wir bis 2 Wochen vor der Veranstaltung 50% und danach die volle Teilnahmegebühr verrechnen. Die Entsendung eines Vertreters zur gebuchten Veranstaltung ist jedoch möglich. Stornierungen können ausschließlich schriftlich entgegengenommen werden. Die PHARMIG ACADEMY behält sich das Recht bei Ausfall eines Referenten / mangelnder Teilnehmerzahl das Seminar zu verschieben oder abzusagen. In diesem Fall entsteht kein Rücktrittsrecht oder Ansprüche seitens des Kunden.

Bitte beachten Sie, dass während der Veranstaltung Fotos und Videos von Ihnen erstellt werden. Mit Ihrer Teilnahme erklären Sie sich ausdrücklich damit einverstanden, dass dieses Foto- und Videomaterial zu Werbe- und Informationszwecken auf div. Drucksorten, Webseiten und Social-Media-Kanälen verwendet wird. Ihr Einverständnis kann von Ihnen jederzeit widerrufen werden und gilt ansonsten zeitlich unbeschränkt.

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	PREIS
STEP 1: Allgemeine Begriffe und Grundlagen	ONLINE MI., 13.10.2021	€ 255,-* / € 280,-**
STEP 2: Videomarketing im Pharmabereich	ONLINE MI., 13.10.2021	€ 255,-* / € 280,-**
STEP 3: Rechtliche Grundregeln im Umgang mit digitalen Medien	HYBRID DI., 19.10.2021	€ 425,-* / € 465,-**
STEP 4: Digitale Strategie und Customer Journey	HYBRID DI., 02.11.2021	€ 255,-* / € 280,-**
STEP 5: Digitale Kampagne / Fallbearbeitung / Ausblick	HYBRID DI., 02.11.2021	€ 255,-* / € 280,-**
STEP 6: Social Media - Communication and Patient Relations	HYBRID DI., 09.11.2021	€ 255,-* / € 280,-**
STEP 7: Website Engagement in der Pharma	HYBRID DI., 16.11.2021	€ 425,-* / € 465,-**
STEP 8: Omni-Channel-Strategie	HYBRID DI., 23.11.2021	€ 425,-* / € 465,-**

ALLE 8 SEMINARE (Kombirabatt von 10 % bereits abgezogen)

€ 2.295,-* / € 2.515,50**



* Preis für Pharmig-Mitglieder (exkl. MwSt.) | ** Preis Regulär (exkl. MwSt.)

SEMINARREIHE - DIGITAL PHARMA MARKETING

8 STEPS FOR BEST PRACTICE

ALLE SEMINARE IM ÜBERBLICK

STEP 1 ALLGEMEINE BEGRIFFE UND GRUNDLAGEN

MI., 13.10.2021, 09:00 – 11:00 UHR

Als Basiseinführung gibt Ihnen dieses Online-Seminar einen Überblick über den aktuellen Status im Digital Marketing, führt Sie durch die Begriffswelt und zeigt Ihnen aktuelle Trends auf. Wenn nach Grundlagenwissen für den internen Aufbau von Digital Marketing Know-How oder ein besseres Briefing für Ihre Agentur suchen, sind Sie hier richtig.

FOKUS:

- ✓ Digitallandschaft 2021 (Trends, Zielgruppen-Verhalten, Funktionsweisen, ...)
- ✓ Überblick über relevante Kanäle (Facebook, Instagram, LinkedIn, Website, Newsletter, ...)
- ✓ Tools und Techniken (SEO-Tools, Web Analytics, ...)



Tom Roschaneck

STEP 2 VIDEOMARKETING IM PHARMABEREICH

MI., 13.10.2021, 11:30 - 13:30 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., 19.10.2021, 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



Dr. Karina Hellbert, LL.M.

STEP 4 DIGITALE STRATEGIE UND CUSTOMER JOURNEY

DI., 02.11.2021, 09:00 – 11:00 UHR

Die Akzeptanz neuer Kommunikationskanäle bewirkt einige Veränderungen bei der Planung digitaler Marketingkonzepte. Die COVID-19-Pandemie wirkt dabei zusätzlich als Brandbeschleuniger. Die Kombination aus Kommunikationskanälen, Zielgruppen und den damit verbunden Zielen erfordert strategisches Vorgehen. Um eine effektive Strategie zu entwickeln, ergibt sich zwangsläufig eine Vielzahl von Fragen, die in dieser Veranstaltung beantwortet werden. Dieses Hybrid-Seminar zeigt Ihnen, wie Sie Ihre eigene Digital Marketing-Strategie planen bzw. ein Ihre bestehende Challenges können.

FOKUS:

- ✓ Wie plane ich eine Online-Kampagne?
- ✓ Brauche ich Content Marketing?
- ✓ Was ist Performance Marketing?
- ✓ Wie kann ich meinen Erfolg messen? Welche Tools helfen mir dabei?



Tom Roschaneck

STEP 5 DIGITALE KAMPAGNE / FALLBEARBEITUNG / AUSBLICK

DI., 02.11.2021, 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 Roschaneck

STEP 6 SOCIAL MEDIA – COMMUNICATION AND PATIENT RELATIONS

DI., 09.11.2021, 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

DI., 16.11.2021, 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

DI., 23.11.2021, 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

VERANSTALTUNGS-ARTEN

Online: Unsere Online-Seminare werden live mit Microsoft Teams gehalten. Das heißt, Sie können während des Vortrages per Chat oder auch direkt per Audio-Übertragung Fragen an die Experten stellen.

Hybrid: Sie haben die Möglichkeit am Seminar vor Ort in der PHARMIG ACADEMY oder Online mit Microsoft Teams teilzunehmen.