

Erfolgreiches Marketing für DiGA

Strategisch und rechtssicher!

DIE THEMEN

- Abgrenzung von DiGA zu Medical Apps und damit verbundene regulatorische Anforderungen
- Der rechtliche Rahmen für die Bewerbung und den Vertrieb von DiGA
- Möglichkeiten im Marketingmix
- Planung und Umsetzung eines Marketingplans für DiGA
- Gruppenarbeit: Bewerbung einer DiGA für HCPs

Gestalten
Sie kreative Kampagnen
innerhalb des rechtlichen
Rahmens!

IHRE REFERENT*INNEN



Ihno Fokken
Friesische Freiheit GmbH,
Offenbach/Main



Dr. Thomas Utzerath
Kanzlei Utzerath,
Düsseldorf

Erfolgreiches Marketing für DiGA

Ziel des Online-Seminars

Digitale Gesundheitsanwendungen eröffnen einen neuen Markt, der nach spezifischem und rechtssicherem Marketing verlangt. Sie lernen die Richtlinien für die Bewerbung und den Vertrieb von DiGAs kennen, insbesondere die Werbebeschränkungen für andere Medizinprodukte und Dienstleistungen, die Zuweisungs- und Kooperationsverbote und die Bedeutung des neuen Irreführungsverbots.

Außerdem erfahren Sie, wie man mithilfe von Datenquellen wie Marktforschungsstudien, Kundenfeedback und Social-Media-Analysen Insights für Ihre Zielgruppenanalyse generiert und wie Ihre Möglichkeiten im Marketingmix aussehen.

Wenden Sie zum Schluss Ihr erworbenes Wissen an und bewerben Sie eine DiGA mit Schwerpunkt auf Health Care Professionals (HCPs).

Wer sollte teilnehmen?

Das Seminar richtet sich an Marketing- und Vertriebsmitarbeiter sowie Entwickler von Digitalen Gesundheitsanwendungen, die sich mit den Herausforderungen im Marketing von DiGAs auseinandersetzen möchten.

Ein grundlegendes Verständnis von Marketing wird vorausgesetzt.

IHRE REFERENT*INNEN



Inno Fokken

Friesische Freiheit GmbH,
Offenbach/Main
Gründer und Geschäftsführer

Diplom-Sozialwissenschaftler geboren in Ostfriesland. Inno Fokken war Chief Commercial Officer bei esanum, hat als Director Online Sales die Einführung der digitalen Vermarktungsprodukte von Springer Medizin verantwortet und war danach Geschäftsführer bei MW Office.

Er ist einer der best-vernetzten Player in der Welt der digitalen Vermarktung im Gesundheitsbereich.



Dr. Thomas Utzerath

Kanzlei Utzerath,
Düsseldorf
Rechtsanwalt

Dr. Thomas Utzerath studierte an den Universitäten Marburg und Bonn Jura. Seit 2005 ist er im Gesundheitsrecht tätig und hat in renommierten Sozietäten zahlreiche Unternehmen unterstützt. Seine Schwerpunkte liegen unter anderem im Heilmittelwerberecht, Medizinprodukterecht und Arzneimittelrecht. Seit 2018 ist er Inhaber der "Kanzlei Utzerath - Healthcare Law".

Ihr Nutzen

- Die Grenzen durch den rechtlichen Rahmen kompakt erklärt.
- Sie erfahren, wie eine erfolgreiche Marketingstrategie für DiGAs entwickelt und umgesetzt werden kann.
- Umsetzung von Marketingmaßnahmen auf die Zielgruppe zugeschnitten
- Learning by doing: Festigen Sie ihr Wissen durch viele Übungen und Beispiele

Erhöhen Sie die Bekanntheit Ihrer DiGA!

Ihr Programm von 09:00 bis 17:00 Uhr

Regulatorische Anforderungen an DiGAs

Dr. Thomas Utzerath

- Definition und Abgrenzung zu anderen "Medical Apps" und "Lifestyle-Apps"
- Antragsberechtigung und notwendige Antragsinhalte
- Hauptfunktion und Zweckbestimmung von DiGAs
- erweiterte Anforderungen an Datenschutz und -sicherheit

Zielgruppenanalyse

Ihno Fokken

- Einführung in die Zielgruppenanalyse
- Patient*innen und Health Care Professionals als Zielgruppe
- Datenquellen und Herangehensweise für die Insightgenerierung
- Übung: Anwendung der Zielgruppenanalyse auf eine konkrete DiGA

Der rechtliche Rahmen für die Bewerbung und den Vertrieb von DiGAs

Dr. Thomas Utzerath

- Wer darf für DiGAs werben?
- Verbot der Werbung für andere (Medizin-)Produkte und Dienstleistungen
- Zuweisungs- und Kooperationsverbote
- Irreführungsverbot in Art. 7 MDR
- Werbung mit Angaben zur Sicherheit und Leistung sowie zur Zweckbestimmung
- Off-Label-Werbung

Möglichkeiten im Marketingmix

Ihno Fokken

- Marketing im Gesundheitsumfeld: Überblick der Touchpoints
- Digital, Print, TV: wer macht was?
- Möglichkeiten für DiGA: Beispiele und Best Practices
- Welche Maßnahmen sind für welche Zielgruppen am besten geeignet?

Planung und Umsetzung

Ihno Fokken

- Marketingplanung: Ziele, Budget, Ressourcen
- Erste Schritte: Zieldefinition, Zielgruppenanalyse, SWOT-Analyse
- Umsetzung: Auswahl der Maßnahmen, Timing, Kontrolle
- Gruppenarbeit: Bewerbung einer DiGA mit Schwerpunkt HCP

Erfolgreiches Marketing für DiGA

ANMELDUNG UNTER

service@forum-institut.de
www.forum-institut.de
Webcode 23042500

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



ANMELDEFORMULAR

Ja, ich nehme teil:

Erfolgreiches Marketing für DiGA
27. April 2023

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.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

Termin:

Donnerstag, 27. April 2023 - online
9:00 - 17:00 Uhr
Einwahl 30 Minuten vor der Veranstaltung möglich.

Gebühr:

€ 1.190,00 (+ gesetzl. MwSt.)
Die Veranstaltungsgebühr beinhaltet eine umfangreiche Dokumentation sowie ein Zertifikat (abrufbar in Ihrem Kundenportal).

So funktionieren unsere Online-Seminare

- Online-Seminare - live und interaktiv über Zoom.
- Ihre Zugangsdaten und alle begleitenden Unterlagen immer zugänglich in Ihrem Kundenportal.
- Didaktisch und technisch optimal aufeinander abgestimmtes Konzept mit viel Raum für Ihre Fragen.
- Gratis PreMeeting, um technisch perfekt in Ihre Online-Weiterbildung zu starten.
- Durchgehende Betreuung während des Online-Seminars für einen optimalen Lernerfolg.

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.11.2021), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.

IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Antje Bauer
Konferenzmanagerin Healthcare
Tel. +49 6221 500-655
a.bauer@forum-institut.de

