

ExpertFORUM

Medizinproduktmarketing

Marketing-Basics

- Wie Marktchancen wahrgenommen werden
- Die richtige Marketingmethodik für Ihr Produkt?

Classics & Advanced

- Situations-, Gap- und Portfolioanalysen
- Marketing-Audit: Frühwarnkontrolle auch beim Marketing?

Pricing & Reimbursement

- Preismanagement
- Erstattung ambulant und stationär
- Versorgungsmanagement aus Sicht der Krankenkasse

Ihre Referenten

Christian Dominguez

doco – dominguez consulting & coaching, Diepoldsau, Schweiz

Gregor Drogies

DAK – Gesundheit Unternehmen Leben, Hamburg

Dr. Hubertus Rosery

AiM GmbH, Lörrach

Dr. Gerald Schnell

Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants,
Köln

Dr. Christian Stallberg

Clifford Chance,
Düsseldorf

Lehrgangziel

Dieser Intensivlehrgang bietet Ihnen einen systematischen Überblick in das Medizinproduktemarketing und seine Instrumente: Am ersten Tag vertiefen Sie Ihr Know-how und lernen neue Tools kennen, wie Sie Marktchancen besser erkennen und nutzen.

Der zweite Tag konzentriert sich auf Marktanalyse und -strategie. Viele Tipps, wie Sie z. B. einen Marketingplan optimieren oder effektiv eine Gap-Analyse durchführen, erhalten Sie von unserem Marketing- und Medizinprodukteexperten. So gewinnen Sie Kunden, steigern Ihre Umsätze und stärken Ihre Marktposition.

Am dritten, optional buchbaren Tag steht die richtige Preis- und Erstattungsstrategie für Ihr Medizinprodukt im Vordergrund. Essenzielle und produktspezifische Fragen, wie z. B. ist mein Pricing effektiv, werden neben den grundsätzlichen Unterschieden der stationären und ambulanten Erstattung erläutert. Lassen Sie sich von unseren Top-Experten umfassend informieren!

Teilnehmerkreis

Unser Lehrgang richtet sich an Fach- und Führungskräfte von Medizintechnik- und Medizinprodukteunternehmen, insbesondere an Mitarbeiter im Produktmanagement. Mitarbeiter aus den Abteilungen

- Marketing/Vertrieb/Market Access
- Business Development/Strategic Management
- Legal

werden ebenso von unserem Lehrgang profitieren. Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse und Medizinproduktrechtskenntnisse werden vorausgesetzt.

Unser Lehrgang ist auf 20 Teilnehmer begrenzt! Damit soll ein intensiver Austausch zwischen den Referenten und Teilnehmern gewährleistet werden.

Ihr Nutzen

Sie aktualisieren Ihr Marketingwissen

- Ihr Unternehmen vermarktet Produkte erfolgreicher
- Sie verwirklichen Ihre Marketing-Strategien
- Ihr Unternehmen schöpft das Umsatzpotential seiner Produkte aus

Sie werden für Ihr Unternehmen wertvoller

- Ihr Unternehmen gewinnt leichter im Markt

Ihr Referent für Tag 1 und 2



Christian Dominguez

doco – dominguez
consulting & coaching,
Diepoldsau, Schweiz

Ihre Referenten für Tag 3



Gregor Drogies

DAK – Gesundheit Unternehmen Leben,
Hamburg; Leiter des Bereichs Entwicklung
Versorgungsmanagement



Dr. Hubertus Rosery

AiM GmbH, Lörrach
Assessment in Medicine Research
and Consulting; Geschäftsführer



Dr. Gerald Schnell

Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants, Köln
Partner im Bereich Life Sciences



Dr. Christian Stallberg

Clifford Chance, Düsseldorf
Rechtsanwalt

Marketing-Basics am 13.10. (Tag 1)

Märkte

- Definitionen
- Marktstrukturierung
- Marktpartner
- Marktkennzahlen

Käuferverhalten

- Ganzheitliche Modelle
- Teilmodelle – Verhaltensmodelle
- Prozess-Modelle

Marketingkonzepte

- Ausprägungen der Unternehmenspolitik

Marketingphilosophie

- Unternehmensziele
- Marketingziele

Marketingmethodik

- Strategische Marketingentscheidungen
- Operative Marketingentscheidungen

Marketingtechnik

- Zusammenfassung
- Praktische Übungen

Classics & Advanced am 14.10. (Tag 2)

Marktsystem

- Angebot und Nachfrage/Verbraucher/Unternehmung/
Konkurrenz/Handelskanäle/Externe Beeinflusser/
Umweltfaktoren

Situationsanalyse

- Markt und Marktstruktur
- Teilmärkte, Marktsegmente und Endverbraucher
- Umweltfaktoren und externe Beeinflusser
- Konkurrenz
- Unternehmung – Prämissen, Infrastruktur, Ressourcen
- Chancen und Gefahren: Prämissen

Zielsetzungen

- anhand praktischer Beispiele

Marketingplanung

- Planungsstufen
 - Strategische/operative/taktische Planung
 - Prozesse: Entscheidungen/Umsetzung/Kontrolle
- Entwicklung eines strategischen Marketing-Mix-Konzeptes
 - Analyse und Prämissen/Markt- und Marktsegmentierungsstrategie/Wahl der Gesamtstrategie/Positionierung und wirtschaftliche Zielsetzungen/Marktbearbeitungsstrategie/Definition des Marketing-Mix/Anpassung der Infrastruktur/Strategisches Marketingbudget/Detailplanung/Kontrollmaßnahmen

Gap-Analyse und Portfolioanalysen

- Analyse des strategischen Gaps
- Grundlagen Portfolio-Analysen
 - Strategische Geschäftseinheiten
 - Aufbau einer Portfolio-Matrix
- Entscheidende Beeinflussungsfaktoren für die Unternehmensrendite
 - PIMS/die 7 Beeinflussungsfaktoren/Beziehungen zwischen einzelnen Beeinflussungsfaktoren

Instrumente des Marketing-Mix

- Produkt/Dienstleistung
 - Eigenschaften und Bestandteile
 - Produktlebenszyklus
- Preis/Konditionen/Kommunikation/Distribution

Marketing Audit

- Revision, Kontrolle und Audit
- Marketing-Audit
 - Begriff und Merkmale

Abschluss mit Erfolgskontrolle

- Festigung des Erlernten
- Mündlicher Wissenstest
- Ausgabe der Urkunden

Pricing & Reimbursement am 15.10. (Tag 3)

Effektives Preismanagement für Medizinprodukte und Diagnostika

- Preissetzung für Neuprodukte
- Aufbau eines Preis- und Konditionensystems
- Management von Ausschreibungen und „big deals“

Evidenzbasierter Marktzugang von Medizinprodukten

- Der Nutznachweis von Medizinprodukten entlang der Kostenerstattungsprozesse (evidenzbasierte Medizin)
- Die Erprobungsregelung zur Entwicklung von Studienprotokollen
- Erfolgreiche Planung eines Studiendesigns

Erstattung im ambulanten und stationären Bereich

- Strategien für die stationäre Erstattung
 - Wie funktioniert die Krankenhausfinanzierung
 - Medizinprodukte im DRG-System
 - Zusatzentgelt
 - Einkaufsgemeinschaften und ihre Möglichkeiten der Preisbestimmung
- Strategien für die ambulante Erstattung
 - Erstattung im Rahmen des EBM
 - Materialpauschalen
 - Erstattung im Rahmen der GOÄ
 - Erstattung als Hilfsmittel, Verbandmittel, Sprechstundenbedarf
 - Aufnahme in das Hilfsmittelverzeichnis
 - Festbetragsregelungen
- Beschaffung von Hilfsmittelleistungen durch Ausschreibung
 - Überblick Vergabeverfahren
 - Bietergemeinschaften
 - Rahmenverträge

Versorgungsforschung & -management: Zusammenarbeit Krankenkasse und Industrie

- Versorgungsziele einer Krankenkasse (qualitativ, ökonomisch)
- Kooperationsvorschläge der Industrie – Spielräume der Krankenkassen?
- Verträge der Krankenkassen für die Hilfsmittelversorgung
 - Wünsche an die Vertragspartner der Krankenkassen
 - Anforderungen an die Produkte
 - Ausschreibungen, Verhandlungsverträge und Einzelvereinbarungen – was kommt wann zur Anwendung?

Anmeldung unter
service@forum-institut.de oder
Fax +49 6221 500-555

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Lehrgang

ExpertFORUM Medizinproduktemarketing

Basics, Classics & Advanced (Tag 1 und 2)
13. - 14. Oktober 2014 Tagungs-Nr. 14 10 283

Pricing & Reimbursement (Tag 3)
15. Oktober 2014 Tagungs-Nr. 14 10 284

Ich bin an weitergehenden Informationen über FORUM-Veranstaltungen interessiert und damit einverstanden, dass mir diese auch per E-Mail übermittelt werden.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

So melden Sie sich an

Anmelde-Information:

FORUM · Institut für Management GmbH
Postfach 10 50 60 · D-69040 Heidelberg

Anmelde-Hotline: +49 6221 500-501

Internet:

www.forum-institut.de

Termin/Veranstaltungsort:

13.-15. Oktober 2014 in München,
Courtyard by Marriott München City Ost
Orleanstraße 81-83 · 81667 München
Tel. +49 89-558919-0 · Fax +49 89-558919-100

Uhrzeiten:

Tag 1: 8.00 Uhr Registrierung; 8.30 - 17.30 Uhr Lehrgang
Tag 2: 8.30 - 18.00 Uhr Lehrgang
Tag 3: 8.30 Uhr Registrierung; 9.00 - 17.30 Uhr Lehrgang

Gebühr:

ExpertFORUM Medizinproduktemarketing
Basics, Classics & Advanced: € 1.590,- (+ gesetzl. MwSt.)
Pricing & Reimbursement: € 950,- (+ gesetzl. MwSt.)
Die Gebühr beinhaltet eine umfangreiche Dokumentation,
Arbeitsessen, Erfrischungen und Get-together nach Tag 1.

Bei Buchung des Gesamtlehrgangs beträgt die Gebühr
€ 2.290,- (+ gesetzl. MwSt.). Sie sparen € 250,-!

Logistik:

Exklusiver Logistikpartner
www.deutschepost.de

Deutsche Post 

Zimmerreservierung:

Für FORUM-Teilnehmer steht bis 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn ein begrenztes Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf das FORUM-Kontingent vor.

Rückfragen und Informationen



Für Ihre Fragen zum Lehrgang und unserem gesamten Programm stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Ute Akunzius-Jehn

Konferenzmanagerin Pharma

Tel. +49 6221 500-685

u.akunzius-jehn@forum-institut.de

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.12.2011), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.