

Multi-Channel Management – MCM is on its way

Die Themen

- Multi-Channel Affinität: Kunde vs. Außendienst
- Primary Care und Specialty Care: Übertragbarkeit und ihre Grenzen
- Die hohe Relevanz von Channel-Präferenzen
- Patient Engagement: Best Practice
- Erfolgsmessung von Digital Selling

Profitieren Sie von echten Praxistipps, um Ihre MCM-Aktivitäten zu optimieren!

Ihre Referenten

Dr. Matthias Staritz
– Chair –
Homburg & Partner,
Mannheim

Mirjam Sell
Janssen-Cilag GmbH,
Neuss

Dr. Alexander Frenzel
LEO Pharma GmbH,
Neu-Isenburg

Thorsten Mintel
Pfizer Pharma GmbH,
Berlin

Dr. Heike Niermann
– angefragt –
Almirall Hermal GmbH,
Reinbek

Martina Bergmann
Boehringer Ingelheim
Pharma GmbH & Co. KG,
Ingelheim

Multi-Channel Management – MCM is on its way

Ziel der Fachtagung

Diskutieren Sie auf unserer diesjährigen Fachtagung mit Praxisexperten u. a. über folgende Themen: Ist die Multi-Channel Affinität der Kunden bereits höher als die des Außendienstes? Wie lassen sich Channel-Präferenzen analysieren und nutzen?

Ein zweifellos wichtiger Bereich ist derzeit und zukünftig das „Patient Engagement“. Erfahren Sie anhand einer aktuellen Kampagne, wie Sie auf diesem Gebiet erfolgreich werden. Darüber hinaus geht es um die Frage, inwiefern sich Primary Care Modelle auf Specialty Care MCM-Modelle übertragen lassen und wo hier die Grenzen liegen.

Nutzen Sie die Gelegenheit und holen Sie sich Ideen aus der Praxis, um Ihre eigenen Multi-Channel Aktivitäten zu optimieren!

Teilnehmerkreis

Diese Fachtagung richtet sich an Geschäftsführer sowie Fach- und Führungskräfte der pharmazeutischen Industrie, zu deren Aufgaben die Steuerung von Marketing und/oder Vertrieb zählt.

Insbesondere Mitarbeiter der folgenden Bereiche und Abteilungen werden von der Tagung profitieren:

- Multi-Channel Management
- Marketing & Commercial Excellence
- Vertrieb und Key Account Management

Chair



Dr. Matthias Staritz
Homburg & Partner,
Mannheim

Partner

Ihre Referenten



Thorsten Mintel
Pfizer Pharma GmbH,
Berlin

Director Customer Marketing and Digital Marketing, Customer Account Management



Mirjam Sell
Janssen-Cilag GmbH,
Neuss

Head of Digital Business Solutions



Dr. Heike Niermann
Almirall Hermal GmbH,
Reinbek

Leiterin Business Unit Neurologie
– angefragt –



Dr. Alexander Frenzel
LEO Pharma GmbH,
Neu-Isenburg

Director



Martina Bergmann
Boehringer Ingelheim Pharma
GmbH & Co. KG, Ingelheim

Head of New Promotional Models

Ihr Programm von 9.00 - 17.00 Uhr

9.00 Uhr

Teilnehmerbegrüßung & Vorstellungsrunde

9.10 Uhr

Status quo Multi-Channel Management 2015

Dr. Matthias Staritz

9.50 Uhr

Multi-Channel Management und der Außendienst

Thorsten Mintel

- Wie ist die Rolle des Außendienstes im MCM?
- Welche Modelle gibt es? Was sind die Vor- und Nachteile?
- Wie hoch ist die MC Affinität des Außendienstes im Vergleich zum Kunden? Sind die Kunden weiter als die Unternehmen?

10.50 Uhr Kaffeepause

11.10 Uhr

MCM im Primary Care vs. MCM im Specialty Care – gleiches Thema, anderer Ansatz

Mirjam Sell

- Erfahrungen aus MCM im Primary Care Bereich
- Herausforderungen im Specialty Care Bereich und Unterschiede zum Primary Care Bereich
- Übertragbarkeit und deren Grenzen

12.10 Uhr Mittagessen

13.30 Uhr

MCM im Specialty Care

Dr. Heike Niermann – angefragt –

- Erfahrungen eines sukzessiven Ansatzes mit unterschiedlichen Kundengruppen – von den ersten Anfängen zu „MCM Readiness“ und niedergeschriebener Multi-Channel-Strategie
- Warum sind Channel-Präferenzen wichtig? Welche Daten sind interessant, welche sind erlaubt, wie kann man diese erheben und sammeln?
- Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei der Umsetzung (Systeme, Mindset, Monitoring/KPIs)

14.30 Uhr

Patient Engagement im MCM

Dr. Alexander Frenzel

- Informationen zu Krankheitsverläufen über Social Media publizieren
- Einblick und Erfahrungen aus der Umsetzung einer aktuellen Kampagne
- Tipps und Erfolgsfaktoren zur Umsetzung

15.30 Uhr Kaffeepause

15.50 Uhr

Measurement und Erfolg von MCM

Martina Bergmann

- Was kann Digital Selling zum Gesamterfolg beitragen? (Wie) lässt sich das messen?
- Welche KPIs sind sinnvoll?
- Darstellung eines aktuellen Messansatzes

16.50 Uhr

Wrap-up und Summary

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

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil an der Fachtagung

Multi-Channel Management –
MCM is on its way

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-Hotline: +49 6221 500-500
Tagungs-Nr. 15 11 295

Termin/Veranstaltungsort:

Donnerstag, 12. November 2015 in Heidelberg
ab 8.30 Uhr Registrierung;
9.00 - 17.00 Uhr Fachtagung
Chester Convention Center Heidelberg
Bonhoefferstraße 12 · 69123 Heidelberg
Tel. +49 6221 9983-700 · Fax +49 6221 9983-704

Gebühr:

€ 1.090,- (+ gesetzl. MwSt.) inkl. hochwertiger
Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat,
Arbeitsessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

Logistik:

Exklusiver Logistikpartner
www.deutschepost.de

Deutsche Post 

Zimmerreservierung:

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

Rückfragen und Information



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

Cornelia Hühne
Konferenzmanagerin Healthcare
Tel. +49 6221 500-695
c.huehne@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.