

OTC Update – Marketing & Sales

Beide Lehrgangstage
sind getrennt buchbar!

Marketing Know-how kompakt!

am 17. November 2014

- Rechtsupdate – Grenzen zulässiger Werbung
- Strategisches Produktpricing – Produkt- und Portfoliopreise optimal setzen
- Produktpositionierung und Brand Management

Ihre Referenten

Dan Ivanescu

Sträter Rechtsanwälte, Bonn

Jan Merkel

Simon-Kucher & Partners, Köln

Dr. Jürgen Ott

Bionorica SE, Neumarkt

Sales Know-how kompakt!

am 18. November 2014

- Systematische Kundensegmentierung und Gebietsplanung
- Rabatte, Boni und Co.: Steuerung von Vertriebskanälen durch intelligente Konditionensysteme
- Nationales und internationales Apothekengeschäft

Ihre Referenten

Michael Büttcher

GfK GeoMarketing, Bruchsal

Jan Merkel

Simon-Kucher & Partners, Köln

Christian Rebholz

Simon-Kucher & Partners, München

Dr. Ernst Weiland

BioConsultNet GmbH, Seevetal

Lehrgangsziel

Anders als bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln existiert bei OTC-Arzneimitteln ein deutlich größerer Spielraum im Marketing.

Dies betrifft sowohl die erweiterten rechtlichen Rahmenbedingungen in der Bewerbung, als auch die im Vergleich zu RX-Arzneimitteln komplett anderen Möglichkeiten in der weiteren Vermarktung.

Nach Besuch des ersten Lehrgangstages kennen Sie

- den aktuellen rechtlichen Rahmen für die Bewerbung von verschreibungsfreien Arzneimitteln
- die Elemente des Price Managements
- die verschiedenen Möglichkeiten der OTC-Produktpositionierung
- die Instrumente im Brand Management von OTC-Arzneimitteln

Ihre Referenten



Dan Ivanescu

Rechtsanwalt,
Sträter Rechtsanwälte, Bonn



Jan Merkel

Director,
Simon-Kucher & Partners, Köln



Dr. Jürgen Ott

Leiter Marketing,
Bionorica SE, Neumarkt

Teilnehmerkreis

Beide Lehrgangstage richten sich insbesondere an

- (künftige) Produktmanager im OTC-Bereich
- Medical Manager, die ihr Wissen im OTC-Marketing aufbauen möchten
- Mitarbeiter im OTC-Vertrieb und -Außendienst

**17. November 2014,
9.00 - 17.00 Uhr**

Rechtsupdate:

Werbung für OTC-Arzneimittel

Dan Ivanescu

- Wann ist das HWG anwendbar?
- Neue Ausnahmetatbestände
- Abgrenzungsfragen
- Werbung für Arzneimittel im Internet

Grenzen zulässiger Werbung

Dan Ivanescu

- Irreführungsverbot
- Vergleichende Werbung
- Pflichtangaben
- Quellenangaben
- Zuwendungsverbot – Was ist erlaubt?
- Spezielle Publikumswerbverbote des § 11 HWG
 - Lockerungen durch die 16. AMG-Novelle
- Rechtsfolgen bei Gesetzesverstößen

Strategisches Produktpricing: Produkt- und Portfoliopreise optimal setzen

Jan Merkel

- Pricing: Der wichtigste Profitreiber
- Grundlagen und Vorteile von Value-Pricing
- Methoden zur Ermittlung des optimalen Preises
- Systematisches Pricing des gesamten Produktportfolios

Produktpositionierung

Dr. Jürgen Ott

- Markenidentität und Positionierung einer Marke
- Identifikation der Zielgruppe: Patienten vs. Apotheker
- Unterschiede in der Zielgruppenansprache
- Werbung am Point of Sale

Brand Management

Dr. Jürgen Ott

- Aufbau einer Marke: Markenbewußtsein, Qualitätswahrnehmung, Markentreue, Markenverbundenheit
- Markenidentität und Positionierung einer Marke
- Markenentwicklung

**18. November 2014,
9.00 - 17.00 Uhr**

Systematische Kundensegmentierung und professionelle Gebietsplanung im OTC-Bereich

Christian Rebholz und Michael Büttcher

- Warum ist Kundensegmentierung wichtig?
- Kundensegmentierung:
Ansätze, typische Fehler & Best Practices
- Die Kunden sind segmentiert – und jetzt?
- Segmentierung, Vertriebsstruktur und -prozesse:
Auf den Gesamtansatz kommt es an
- Gebietsplanung via Geomarketing
- Kernkomponenten des Geomarketing
- Ansätze und Parameter zur Vertriebsgebietsplanung
- Praxisbeispiel – so gehts!

Rabatte, Boni und Co.: Wie steuere ich meine Vertriebskanäle durch intelligente Konditionensysteme?

Jan Merkel

- Bedeutung des Konditionensystems für den
Unternehmenserfolg
- Ziele eines Konditionensystems
- Gestaltung von Konditionensystemen – Best Practices
- Implementierung von Konditionensystemen:
Steuerung des Vertriebs

Strukturen des Vertriebskanals Apotheke 2014 und ihre Auswirkungen

Dr. Ernst Weiland

- Großhandel vs Direct-to-pharmacy (Kosten/Nutzen)
- Apotheken-Kooperationen, Internetapotheken
- Fälschungen, Arzneimittelsicherheit
- Category Management
- Bedeutung von Marken im OTC-Geschäft

Internationales Apothekengeschäft: USA und ausgewählte EU-Staaten

Dr. Ernst Weiland

- EU vs. USA
- Welche internationalen Absatzmärkte sind interessant?
- Externer Vertriebspartner oder eigene Ressourcen?
- Markteintrittsbarrieren
 - Zulassungshürden
 - Traditionell angewandte Produkte, Medizinprodukte,
Produkte mit GRASE-Status
- Zielgruppenmanagement
 - Arztgestützte Vertriebsmodelle
 - Direkte Patientenansprache
 - Beispiel für kreatives OTC-Marketing

Lehrgangsziel

Die Wahl der richtigen Vertriebskanäle und der lukrativsten Absatzmärkte trägt entscheidend zum Erfolg von verschreibungsfreien Arzneimitteln bei.

Informieren Sie sich daher über erfolgreiche Strategien im Bereich OTC-Sales und nutzen Sie diese für Ihre eigenen Produkte.

Nach Besuch des zweiten Lehrgangstages sind Sie in der Lage

- die Instrumente für Kundensegmentierung und Gebietsplanung im OTC-Bereich richtig einzusetzen.
- intelligente Konditionensysteme wie Boni und Rabatte zu gestalten.
- die Besonderheiten des nationalen und der wichtigsten internationalen Apothekenmärkte für sich zu nutzen.

Ihre Referenten



Michael Büttcher

Director,
GfK GeoMarketing, Bruchsal



Jan Merkel

Director,
Simon-Kucher & Partners, Köln



Christian Rebholz

Director,
Simon-Kucher & Partners, München



Dr. Ernst Weiland

Geschäftsführer,
BioConsultNet GmbH, Seevetal

Teilnehmerbegrenzung

Für einen intensiven Austausch ist der Lehrgang auf 20 Teilnehmer begrenzt.

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

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Lehrgang

Marketing Know-how kompakt!
am 17. November 2014 Tagungs-Nr. 14 11 292

Sales Know-how kompakt!
am 18. November 2014 Tagungs-Nr. 14 11 293

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 500-500

Internet:

www.forum-institut.de

Termine/Zeiten:

17. November 2014: **Marketing Know-how kompakt!**
8.30 Uhr Registrierung, 9.00 – 17.00 Uhr Lehrgang

18. November 2014: **Sales Know-how kompakt!**
8.30 Uhr Registrierung, 9.00 – 17.00 Uhr Lehrgang

Veranstaltungsort:

Fleming's Hotel München-Schwabing
Leopoldstraße 130 -132 · 80804 München
Tel. +49 89 206090-0 · Fax +49 89 206090- 999

Gebühr:

Je Einzeltag: € 950,- (+ gesetzl. MwSt.) inkl. hochwertiger Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat, Arbeitsessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

Sondergebühr:

Bei gleichzeitiger Anmeldung zu beiden Lehrgängen zahlen Sie nur eine Gebühr von insgesamt € 1.590,- (+gesetzl. MwSt.).

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.

Cornelia Hühne

Konferenzmanagerin Pharma
Tel. +49 6221 500-695 oder
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.