

OTC Update – Marketing und Sales

Themen

- Rechtsupdate: Grenzen zulässiger Werbung
- Produkt- und Portfoliopreise optimal setzen
- Rabatte, Boni und Co.:
Steuerung von Vertriebskanälen durch Konditionensysteme
- Produktpositionierung und Brand Management
- Nationale und internationale Vertriebskanäle

Alles, was Sie über
OTC-Marketing und
Vertrieb wissen müssen!

Ihre Referenten

Dan Ivanescu

Sträter Rechtsanwälte,
Bonn

Dr. Clemens Oberhammer

Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants,
München

Dr. Jürgen Ott

Bionorica SE,
Neumarkt

Fabian Schmidt

Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants,
Madrid, Spanien

Dr. Ernst Weiland

BioConsultNet GmbH,
Seevetal

Ziel des Lehrgangs

Im Gegensatz zum Bereich der verschreibungspflichtigen Arzneimittel hat der OTC-Produktmanager einen größeren Spielraum beim Marketing seiner Produkte. Dies spielt nicht nur bei den Werbemöglichkeiten und der Gestaltung von Werbemitteln eine Rolle, sondern auch bei der Preispolitik. Trotzdem gelten natürlich auch hier die Regelungen des Heilmittelwerbegesetzes.

Der erste Tag des Lehrgangs beinhaltet ein kompaktes rechtliches Update und thematisiert hierbei unter anderem die Grenzen zulässiger Werbung und die Besonderheiten der Werbung im Internet einschließlich der erweiterten Möglichkeiten durch die HWG-Aktualisierung. Außerdem erhalten die Teilnehmer Einblicke in das Produktpricing und die Vertriebssteuerung durch Konditionensysteme.

Am zweiten Tag stehen zunächst Produktpositionierung und Brand Management auf dem Programm. Anschließend werden der Vertriebskanal Apotheke sowie internationale Absatzmärkte für OTC-Arzneimittel diskutiert.

Nach dem Besuch dieses Intensiv-Lehrgangs kennen Sie

- die rechtlichen Rahmenbedingungen für das OTC-Produktmanagement
- die wichtigsten Pricing-Tools und Konditionensysteme
- Instrumente in Brand Management und Vertrieb

Teilnehmerkreis

Der Lehrgang richtet sich insbesondere an:

- Produktmanager der OTC-Arzneimittel-Industrie
- Medical Manager, die ihr Wissen im OTC-Marketing aufbauen möchten
- im OTC-Marketing oder Vertrieb tätige Mitarbeiter, die ihre Kenntnisse auf den neuesten Stand bringen möchten.

Teilnehmerbegrenzung

Der Lehrgang ist auf 20 Teilnehmer begrenzt. Die Teilnehmerbegrenzung ist ein Qualitätsmerkmal aller FORUM-Veranstaltungen und gewährleistet einen intensiven Austausch und das Eingehen auf individuelle Teilnehmerfragen und -interessen.

Ihre Referenten



Dan Ivanescu

Sträter Rechtsanwälte,
Bonn

Rechtsanwalt,
Fachanwalt für Medizinrecht



Dr. Clemens Oberhammer

Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants,
München

Managing Partner



Dr. Jürgen Ott

Bionorica SE,
Neumarkt

Leiter Marketing



Fabian Schmidt

Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants,
Madrid, Spanien

Director General



Dr. Ernst Weiland

BioConsultNet GmbH,
Seevetal

Geschäftsführer

15.10.2013, 9.00-17.00 Uhr

Rechtsupdate:

Werbung für OTC-Arzneimittel

Dan Ivanescu

- Wann ist das HWG anwendbar?
- Neue Ausnahmebestände (16. AMG-Novelle)
- Abgrenzungsfragen
- Werbung für Arzneimittel im Internet

Grenzen zulässiger Werbung

Dan Ivanescu

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

Strategisches Produktpricing: Produkt- und Portfoliopreise optimal setzen

Fabian Schmidt

- Warum Pricing wichtig ist
- Überblick zu Elementen des Price Management
- Produktpricing:
 - Welche Elemente müssen Sie berücksichtigen
 - Psychologisches Pricing, Preis- und Margenelastizitäten
 - Preisaufbau
 - Ermittlung von Zahlungsbereitschaft: Methoden zur Preisbestimmung inklusive interaktiver Demonstration
- Möglichkeiten der Erstattung für OTC-Produkte durch die Krankenkasse
- Portfolio Pricing

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

Dr. Clemens Oberhammer

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

16.10.2013, 9.00-17.00 Uhr

Produktpositionierung

Dr. Jürgen Ott

- Positionierung: wirkstoffdominiert vs. emotional
- USP erkennen und hervorheben
- Identifikation der Zielgruppe: Patienten vs. Apotheker
- Unterschiede in der Zielgruppenansprache
- Werbung am Point of Sale

Brand Management

Dr. Jürgen Ott

- Markenarchitektur: Marken, Dachmarken, Corporate Brands
- Produktdifferenzierung, Indikationserweiterung und Co.: Welche Arzneimittel lassen sich unter einer Dachmarke zusammenfassen?
- Abgrenzung von Marken
- Markenführung

Vertriebskanal Apotheke

Dr. Ernst Weiland

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

Internationale Absatzmärkte und Vertrieb

Dr. Ernst Weiland

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

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

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Lehrgang

OTC Update –Marketing und Sales
15.-16. Oktober 2013 in Mannheim

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

Tagungs-Nr. 13 10 292

Internet:

www.forum-institut.de

Termin/Veranstaltungsort:

15.-16. Oktober 2013 in Mannheim,
Tag 1: 9.00-17.00 Uhr, Registrierung ab 8.30 Uhr
Tag 2: 9.00-17.00 Uhr

Maritim Parkhotel
Friedrichsplatz 2 · 68165 Mannheim
Tel. +49 621 1588-0 · Fax +49 621 15 88-800

Gebühr:

€ 1.590,- (+ gesetzl. MwSt.) inklusive umfangreicher Dokumentation, Arbeitssessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

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.

Vanessa Schlenga

Konferenzmanagerin Pharma
Tel. +49 6221 500-695
v.schlenga@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.