

Pharma goes Online

Online-Marketing im Healthcare-Bereich

1. Tag: Proseminar

- Online-Marketing-Tools und wie Sie sie optimieren
- Website, E-Mail, Banner & Co.
- Wie funktionieren Suchmaschinen?
- Praxisworkshop: Optimierung Ihrer Online-Tools

2. Tag: Hauptseminar

- Rechtliche Aspekte der Werbung im Internet
- Innovationen in der digitalen Healthcare-Kommunikation
- Kritische Erfolgsfaktoren einer Online-Kampagne

Inklusive der Änderungen durch die 16. AMG-Novelle!

Ihre Referenten

Dr. Andreas Fuchs
Dr. Andreas Fuchs Consulting,
Hannover

Alexander Maur
Kanzlei am Ärztehaus
Frehse Mack Vogelsang,
Büro Bonn

Alexander Schachinger
healthcare42.com,
Berlin

4.– 5. September 2012 in Berlin

Ziel des Seminars

Das Internet ist für Patienten und Verbraucher inzwischen eine der wichtigsten Quellen, wenn es um Informationen zum Thema Gesundheit geht, und auch Ärzte nutzen dieses Medium immer öfter zur eigenen Weiterbildung und aktuellen Informationsbeschaffung. Hierdurch ergeben sich vielfältige Möglichkeiten für die pharmazeutische Industrie, mit beiden Gruppen zu kommunizieren, wobei eine Ansprache differenziert und gemäß der gesetzlichen Vorgaben und Kodices erfolgen muss.

Unsere Referenten zeigen Ihnen, wie Sie das World Wide Web erfolgreich und rechtsicher in Ihr Pharmamarketing einbinden, um effizient mit Ihren Zielgruppen zu kommunizieren.

Ihre Referenten

Dr. Andreas Fuchs

Consultant,
Dr. Andreas Fuchs Consulting, Hannover

Alexander Maur

Rechtsanwalt,
Kanzlei am Ärztehaus Frehse Mack
Vogelsang, Büro Bonn

Alexander Schachinger

Berater,
healthcare42.com, Berlin

Teilnehmerkreis

Mitarbeiter der pharmazeutischen Industrie aus den Abteilungen

- Marketing/Produktmanagement
- Med.-Wiss.
- Recht

Proseminar, 14.00 - 18.00 Uhr

14.00 Uhr

Die wichtigsten Online-Marketing-Tools und wie Sie sie optimieren

Alexander Schachinger

- Die Website
 - Erfolgsfaktoren von Websites
 - Produkt- vs. Firmenwebsite?
 - Benutzerfreundlichkeit, Struktur, Design und Content
- E-Mail-Marketing/Newsletter
 - E-Mail und Newsletter als Marketinginstrumente
 - Anregungen für Layout und Text
 - Sendefrequenz und Spam-Vermeidung
- Banner-Advertising
- Affiliate Marketing
 - Mit Partnerprogrammen zum Erfolg
 - Vergütungsmöglichkeiten
- Suchmaschinenmarketing und -optimierung
 - Wie funktionieren Suchmaschinen?
 - Effiziente Keyword-Auswahl
 - Paid Listing, Optimaler Linkaufbau

17.30 Uhr

Praxisworkshop

Alexander Schachinger

- „Zeige mir Deine Homepage und ich sage Dir, was Du verbessern kannst“
Performanceoptimierung Ihrer Online-Tools

Hauptseminar, 9.00-17.00 Uhr

9.00 Uhr

Rechtliche Aspekte der Werbung im Internet

Alexander Maur

- Rechtsrahmen
 - Heilmittelwerbe- und Wettbewerbsrecht
 - FSA- und AKG-Kodizes zur Zusammenarbeit mit Fachkreisen und Patientenorganisationen
- Rechtliche Besonderheiten internet-basierter Marketingmaßnahmen
- Optionen einer direkten Patientenansprache im Internet

10.30 Uhr Kaffeepause

10.45 Uhr

Neuerungen durch die 16. AMG-Novelle

Alexander Maur

- Veröffentlichung von Informationen im Internet – Do's and Don'ts
 - Packungsbeilagen
 - SmPC
 - Verkaufskataloge und Preislisten
- Pull- vs. Push-Informationen

12.15 Uhr Gemeinsames Mittagessen

13.45 Uhr

Health 2.0: Innovationen in der Digitalen Healthcare Kommunikation

Alexander Schachinger

- Evolution vom Web 1.0 zum Web 2.0
- Das Phänomen E-Patient und Patient Generated Content: Der informierte und vernetzte Patient im Web 2.0

- Digitale Healthcare Kommunikation im Web 2.0
- Zuhören und Patient Generated Research: Der E-Patient als Quelle von Innovation und Feedback
- Neue Paradigmen der digitalen Healthcare Kommunikation: „Tailoring“ von Healthcare Content
- Darstellung deutscher und international ausgewählter Health 2.0 und Digital Pharma Fallstudien

15.15 Uhr Kaffeepause

15.30 Uhr

One-Face-to-the-Customer: Integration von Online- und Offline-Aktivitäten in der Praxis

Dr. Andreas Fuchs

- Integration von Online-Marketing-Aktivitäten in den Marketing-Mix
- Multi-Channel-Marketing nach der 16. AMG-Novelle
 - Lockerung des Publikumswerbverbots online und offline
- Kritische Erfolgsfaktoren einer Online-Kampagne: Konzeption, Zeitbedarf, Projektmanagement
- Budgetplanung und -steuerung
- Zusammenarbeit mit Agenturen
- Mit welchen Kosten muss ich rechnen?
 - Return on Online: Controlling der Online-Aktivitäten
 - Wichtige Kennzahlen

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

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am
(gewünschtes Seminar bitte ankreuzen)

- Pro- und Hauptseminar in Berlin**
4.-5. September 2012
- Hauptseminar in Berlin**
5. September 2012
- 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 500-501**
Tagungs-Nr. 12 09 291

Termin/Veranstaltungsort:

4.-5. September 2012 in Berlin
Hotel Palace
Budapester Straße 45 · 10787 Berlin
Tel. +49 30 2502-1190 · Fax +49 30 2502-1199

Uhrzeiten:

1. Tag: Proseminar
13.30 Uhr Registrierung, 14.00-18.00 Uhr Seminar
2. Tag: Hauptseminar
8.30 Uhr Registrierung, 9.00-17.00 Uhr Seminar

Gebühr:

€ 1.290,- (+ 19% MwSt.) Pro- und Hauptseminar
Das Proseminar kann nur in Verbindung mit dem
Hauptseminar gebucht werden.
€ 890,- (+ 19% MwSt.) Hauptseminar
Inklusive Dokumentation, Arbeitsessen und
Erfrischungen.

Zimmerreservierung:

Für FORUM-Teilnehmer steht ein **begrenzt**es **Zim-
merkontingent** zu Vorzugskonditionen im Tagungs-
hotel zur Verfügung. **Bitte beachten Sie**, dass das
Abrufkontingent für Veranstaltungsteilnehmer auto-
matisch 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn verfällt.
**Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt
im Hotel vor** unter Berufung auf das FORUM-Kontin-
gent und die Tagungsnummer.

Rückfragen und Information



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

Vanessa Schlenga

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.