

Pharma-Marketing-Diplom

Mit Expertenwissen
zum qualifizierten
Pharma-Produktmanager!

DIE THEMEN

- Grundlagen des erfolgreichen Pharma-Marketings
- Erkennen und effektives Nutzen von Marktchancen
- Entwickeln und Realisieren eines Marketingplans
- Die digitale Strategie im Pharma-Marketing
- Basiswissen Market Access & Heilmittelwerberecht

IHRE REFERENTEN



Alexander Almerood
Digital Transformation Expert,
Berlin



Dr. Olaf Pirk
Olaf Pirk Consult,
Nürnberg



Gerald Peter
Carada Strategy,
Baden-Baden



Dr. Christian Tillmanns
Meisterernst Rechtsanwälte
PartGmbH,
München

Ziel des Lehrgangs

Dieser Intensivlehrgang bietet Ihnen eine systematische Einführung in das Pharma-Produktmanagement und die Marketing-Instrumente. Sie erhalten Tipps, wie Sie einen Marketingplan entwickeln und umsetzen. Sie erfahren, welche Strategien und Aktivitäten im digitalen Marketing zielführend sind.

Nach dem Lehrgang verfügen Sie darüber hinaus über das nötige Basiswissen im Bereich Market Access und Heilmittelwerberecht, um Ihre Marketingmaßnahmen effizient und rechtssicher gestalten können.

Wer sollte teilnehmen?

- (Angehende) Produkt- und Marketingmanager*innen der Pharma-Industrie.
- Im Pharma-Marketing tätige administrative Assistants, die ihre Kenntnisse vertiefen möchten.
- Medical Manager, die Pharma-Marketing Wissen aufbauen möchten.

Ihr Nutzen

Sie aktualisieren Ihr Marketing-Wissen

- Ihr Unternehmen vermarktet Produkte erfolgreicher.

Sie verwirklichen Ihre Marketing-Strategien

- Ihr Unternehmen schöpft das Umsatzpotential seiner Produkte aus.

Sie bearbeiten in interaktiven Sessions Praxisfälle

- Ihr Unternehmen profitiert von Ihrem Praxiswissen.

IHRE REFERENTEN

Alexander Almerood

Gerald Peter

Dr. Olaf Pirk

Dr. Christian Tillmanns

Ihr Programm am Tag 1 Pharmazeutisches Marketing

- Rx-/OTC-Kommunikation - Beispiele & Best Practice
- Erfolgsfaktoren in der Pharma-Kommunikation
- Marke & Strategie
- Zielsetzung & Zielgruppen: Bedürfnisse/ Kommunikationskanäle / Media Planung

Marketing Grundlagen Teil I

- Marken und Marketing Verständnis
- Rolle von strategischem und operativem Marketing
- Zielgruppen-Bedürfnisse als Basis von Nutzenversprechen in der Kommunikation

Marketing Grundlagen Teil II & Recap

- Marken-Strategie-Prozess von der Marktdefinition bis zur Umsetzung
- Grundsätzliche Strategie-Optionen im Marketing
- Budgetierung von Maßnahmen/ Budgetprozess
- Praktische Werkzeuge für das Marketing (Hilfsmittel für besseres Marketing)

Ihr Programm an Tag 2 von 09:00 - 17:00 Uhr

Zieldefinition, Erfolgsmessung und Marktforschung

- SMARTe Ziele für Marketing und Vertrieb
- Prozess und Methoden zur Erfolgsmessung
- Überblick über Marktforschungsmethoden und Datenquellen

Praktische Anwendung:

Pharma-Marketing aus der Praxis

- Praxis-Workshop: Von der Strategie bis zum Marketingplan
- Sie erarbeiten in zwei Gruppen je ein Rx- und ein OTC-spezifisches Praxisbeispiel
- Präsentation und Diskussion
- Zusammenfassung - Key Take Aways

Die digitale Strategie

- Was für Zielgruppen gibt es?
- Was für Möglichkeiten?
- Welche Strategien und Aktivitäten sind zielführend?
- Warum ist die Kommunikation so ein wichtig Bestandteil?
- Warum sind definierte Prozesse so wichtig?

Multi Channel Marketing

- Warum ist MCM wichtig?
- Wie sieht die Realität aus?
- Wie spielen Strategie und Technologie zusammen?
- Welche Möglichkeiten habe ich im Alltag?

Ihr Programm an Tag 3 von 09:00 - 17:00 Uhr

Rechtliches Basiswissen für das Pharma-Marketing

- Wichtigste rechtliche Rahmenbedingungen
- HWG-Anwendungsbereich, Ausnahmen
- Werbung vs. Information - Der wichtige Unterschied
- Pflichttexte: Wann und wie erforderlich?

Grenzbereiche der Werbung & Social Media

- Irreführung, vergleichende Werbung
- Off Label-Werbung
- Digital Marketing & Social Media

Basiswissen Market Access für Marketers

- Eine kurze Einführung

Basiswissen Market Access

Nutzenbewertung nach AMNOG

- Das Nutzendossier
- Die G-BA Bewertung auf Basis des Nutzen-dossiers
- Die Preisverhandlung über den Erstattungs-betrag auf Basis der G-BA-
- Erstattungsfähigkeit von Arzneimitteln
- Arzneimittelfestbeträge
- Rabattverträge

ANMELDUNG UNTER

service@forum-institut.de
www.forum-institut.de
Webcode 24012250

Tel. +49 6221 500-500
Fax +49 6221 500-555



ANMELDEFORMULAR

Ja, ich nehme teil:

☐ 22. - 24. Januar 2024 - online

☐ Ja, ich bin damit einverstanden, dass das FORUM Institut mir Informationen zu Veranstaltungen
☐ per E-Mail ☐ per Telefon übermitteln darf.
Meine Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen.

Termin:

22. - 24. Januar 2024 - online
Einwahl ab 30 min. vor dem Lehrgang möglich.

Gebühr:

€ 2.490,00 (+ gesetzl. MwSt.)
Die Teilnahmegebühr beinhaltet eine Dokumentation zum Download, ein Zertifikat, den Zugang zum Learning Space sowie technische Betreuung einschließlich PreMeeting.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

So funktioniert es:

- Unsere Online-Veranstaltungen finden live und interaktiv im Learning Space statt.
- Dort finden Sie ebenfalls sämtliche Unterlagen, das Programm und die Liste der Teilnehmenden.
- Zugang zum Learning Space erhalten Sie mit Ihrem Account für das Kundenportal.
- Das Gratis PreMeeting bereitet Sie optimal vor, um eventuelle technische Hürden vorab auszuräumen.
- Eine durchgehende Betreuung während der Online-Veranstaltung garantiert ein optimales Weiterbildungserlebnis.

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.11.2021), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.

IHRE ANSPRECHPARTNERIN

Cornelia Gutfleisch
Konferenzmanagerin Healthcare
Tel. +49 6221 500-694
c.gutfleisch@forum-institut.de

