

Pharma-Marketing-Diplom

Intensivlehrgang für erfolgreiches Pharma-Produktmanagement

Die Themen

- Grundlagen des erfolgreichen Pharma-Marketings
- Erkennen und effektives Nutzen von Marktchancen
- Entwickeln und Realisieren eines Marketingplans
- Gewinnen und Binden von Kunden
- Checklisten und Fallbeispiele

Mit dem FORUM-Diplom
zum qualifizierten
Pharma-Produktmanager!

Ihr Fachtrainer



Dr. med. Günter Umbach

Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner,
Bonn

19.–21. August 2013 in Bonn
20.–22. Januar 2014 in Bonn

Grundlagen des Pharma-Marketings

Unternehmensphilosophien

- Forschungs-, Produktions-, Qualitäts-, Kosten- oder Marketingorientierte Unternehmen
- Auswirkung der Unternehmenskultur auf den Erfolg

Aufgaben des Marketings

- Ziele und Bedeutung von Marketing
- Operatives und strategisches Marketing
- WIN = Work it now

Kundenmanagement

- Kundenorientierung
- Kundentypen
- Kundenwert
- Kundenbindung

Der Markt

- Marktforschung
- Marktkennzahlen
- Marktsegmentierung

Denken im strategischen Dreieck

Zielgruppen im Gesundheitsmarkt

- Bedarf und Besonderheiten bei
 - Ärzten
 - Apothekern
 - Patienten
 - Kostenträgern
 - weiteren Kunden

Marketingstrategien und -konzepte

- Prä-Marketing
- Nischenstrategien
- Key Account Management
- Kooperationen und Allianzen

Marketing – Mix

- Einführung in die Marketing-Instrumente
- Place = Distribution
- Package = Verpackung
- Price = Preis
- Product = Produkt
- Promotion = Kommunikation

Positionierung

- 5 Dimensionen der Positionierung:
 - Wirksamkeit
 - Verträglichkeit
 - Benutzerfreundlichkeit
 - Preis
 - Zielgruppe
- USP (Unique Selling Point)

Spezialteil: Risiko-Nutzen-Analyse

- Risiko-Abschätzung durch Quantifizierung von Wahrscheinlichkeiten
- Den kumulierten diskontierten Cash-flow berechnen
- Die Rolle des Net Present Value (NPV)
- Der erwartete Wert (Expected Value) und warum er so nützlich ist

Spezialteil: Finanzbegriffe für Nicht-Finanzleute

- Absatz vs Umsatz
- Cash-flow vs Gewinn
- Return on Investment (ROI)
- Break-even-Analyse
- Deckungsbeitrags-Rechnung

Health Economics and Outcomes Research (HEOR)

- Kosten-Nutzen-Bewertungen

Entwicklung und Realisierung eines Marketing-Plans

Marketingaspekte der Krankheit

- Definition, Epidemiologie
- Diagnose und Behandlung

Produkt-Hintergrund

- Pharmakologie, Patentsituation
- Zusammenfassung der Studienergebnisse

Markt

- Markt-Definition
- Jetziges Marktvolumen
- Marktpotential
- Politische und soziale Besonderheiten
- Zulassungsaspekte
- Marktforschung

Wettbewerbs-Umfeld

- Produkte und Produktsätze
- Firmen und relevantes Portfolio
- Marketing- und Vertriebsaktivitäten
- Patentsituation
- SWOT-Analyse

Wirtschaftliche Ziele

- Qualitative Ziele
- Angestrebter Umsatz und Marktanteil
- Geplante Marketing- & Vertriebsausgaben

Marketing-Strategie

- Positionierung, Unique Selling Point, Produktstory
- Markenname, Branding (einschl. Key Visuals)
- Zielgruppen
 - Verschreibende Ärzte
 - Apotheker
 - Patienten, Patienten-Organisationen
 - Angehörige und Freunde
 - Krankenkassen
 - Erstattungsbehörden

Fortsetzung: Marketing-Strategie

- Kommunikations-Strategie
 - Interne und externe Kommunikation
 - Publikationen
 - Veranstaltungen
 - Meinungsbildner und Advisory Boards
 - Internet
 - E-Mails and Newsletter
 - Social Media und Communities
 - Public Relations
 - Außendienst
 - Klassische Werbung
 - Dialogmarketing durch Mailings
 - Dialogmarketing durch Call-Center
 - Below the Line Marketing
- Zeitliche und inhaltliche Verzahnung der Komponenten
- Planung der Markteinführung (Launch Management)
- Verpackung

Market Access

- Preisfindung
- Erstattungsfähigkeit
- Rabattverträge

Kritische Erfolgsfaktoren

Lebenszyklus-Management

- Phase-IV-Studien
- Line Extensions
- Brand Defense Strategy
- Rx-to-OTC-Switch
- Synergien mit anderen Produkten

Customer Relationship Management

- Grundlagen des Beziehungsmanagements
- Daten erfassen, speichern, bereitstellen
- Kundenprofile erstellen
- Zu den wertvollen Kunden navigieren
- Anspruch und Wirklichkeit des CRM

Entwicklung und Realisierung eines Marketing-Plans

Projekt-Phasen

- Ziele festlegen, planen, durchführen, überprüfen

Motivation

- Verbale Optionen:
Loben und anerkennen
- Nicht-verbale Anreize
- Verhaltensänderungen bewirken
- Nicht beschäftigungs-, sondern ergebnisorientiert arbeiten!

Projektmanagement im Marketing

- Was können Sie zum Einhalten von Terminen beitragen?
- Regelmäßige Projektmeetings
- Erfolgreich durch Ausprobieren
- Persönliche Freiräume nutzen

Synergien nutzen

- Den Nutzen von Agenturen und Consultants maximieren
- Marketing-Services frühzeitig einbinden
- Kooperation von Marketing und „Medical“
- Wie ich den Außendienst effektiv unterstütze

Goldene Regeln für effektive Umsetzung

- Auf das Wesentliche konzentrieren („KISS it“)
- Motivation hochhalten
- Entwürfe testen und anpassen
- Zeitlinien beachten
- Ständig und stimmig kommunizieren
- Leistungskenngrößen messen

Arbeiten mit Checklisten anhand konkreter Beispiele

Interne Kommunikation

Grafiken und Diagramme optimieren

Events

- Vorbereitung
- Durchführung
- Nachbereitung

Überzeugend schreiben

- Richtige Wahl der Diagramme
- Effektive Mailings
- Optimierung von Briefen an den Arzt
- Vermarktung von wissenschaftlichen Studien
- Schrift: Die Qual der Wahl
- Wortwahl
- Drei Textanalyse-Instrumente

Erfolgskontrolle und Ausgabe des Pharma-Marketing-Diploms

- Abschließende Diskussion
- Festigung des Erlernten
- Schriftlicher und mündlicher Wissenstest
- Ausgabe der Urkunden an die Teilnehmer

Ziel des Lehrgangs

Dieser Intensiv-Workshop bietet Ihnen eine systematische Einführung in das Pharma-Produktmanagement und die Marketing-Instrumente. Sie trainieren, wie Sie Marktchancen erkennen und nutzen. Sie erhalten Tipps, wie Sie einen Marketingplan entwickeln und umsetzen. So gewinnen Sie Kunden, steigern Ihre Umsätze und stärken Ihre Marktposition.

Teilnehmerkreis

- Produktmanager der Pharma-Industrie, die neu ernannt wurden oder weniger als ein Jahr Erfahrung haben
- Im Pharma-Marketing tätige administrative Assistants, die ihre Kenntnisse vertiefen möchten
- Medical Manager, die Pharma-Marketing Wissen aufbauen möchten

Teilnehmerbegrenzung

Begrenzt auf 20 Teilnehmer!
Diese Teilnehmerbegrenzung ist die Grundlage einer sinnvollen Fortbildungskonzeption. Sie gewährleistet eine intensive Aussprache und damit eine praxisnahe und umfassende Information sowie das Eingehen auf individuelle Interessen der Teilnehmer.

Diplom

Sie erhalten ein Diplom, das die erfolgreiche Teilnahme am Ausbildungslehrgang bestätigt und als Nachweis der Qualifizierung dient!

Fachtrainer



**Dr. med.
Günter Umbach**
Healthcare Marketing,
Dr. Umbach & Partner,
Bonn

Dr. med. Günter Umbach ist Ex-Manager der Pharma-Industrie, Fakultätsmitglied eines europäischen Managementzentrums und Mitglied des Institute of Management Consultants der USA. Als Marketingdirektor steuerte er die Strategie einer großen Marke – sie erreichte mit mehr als einer Milliarde Euro die höchsten Umsätze ihres Lebenszyklus.

Heute hilft er als Trainer und Berater Führungskräften, effektiver Ergebnisse zu erreichen. Sie erfahren dabei das Beste aus seinen drei Business-Büchern, beispielsweise aus „Erfolgreich im Pharma-Marketing: Wie Sie Ärzte, Apotheker, Patienten, Experten und Manager als Kunden gewinnen“.

Sie erhalten Newsletter, Videos und Tipps gratis auf www.umbachpartner.com.

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 werden für Ihr Unternehmen wertvoller

- Ihr Unternehmen gewinnt leichter im Markt

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

Anmeldeformular

- Ja, ich nehme teil am Lehrgang
Pharma-Marketing-Diplom
- 19.–21. August 2013 in Bonn
Tagungs-Nr. 13 08 290
- 20.–22. Januar 2014 in Bonn
Tagungs-Nr. 14 01 290
- 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

Rückfragen und Information



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

Vanessa Schlenga
Konferenzmanagerin Pharma
Tel. +49 6221 500-695 oder
v.schlenga@forum-institut.de

So melden Sie sich an

Anmelde-Hotline: +49 6221 500-501

Termin/Veranstaltungsort:

19.–21. August 2013
KAMEHA Grand
Am Bonner Bogen 1 · 53227 Bonn
Tel. +49 228 4334 5000 · Fax +49 228 4334 5005

20.–22. Januar 2014

Hilton Hotel
Berliner Freiheit 2 · 53111 Bonn
Tel. +49 228 7269-0 · Fax +49 228 7269-700

Zeitplan:

1. Tag: 9.30 – 10.00 Uhr Registrierung
10.00 – 17.00 Uhr Seminar
2. Tag: 9.00 – 17.00 Uhr Seminar
3. Tag: 9.00 – 17.00 Uhr Seminar (einschl. Prüfung)

Gebühr:

€ 2.150,- (+ gesetzl. MwSt.) inklusive umfangreicher
Dokumentation, Arbeitsessen, Erfrischungen und
Kaffeepausen.

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.

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.