

# 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

## 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
- Zusätzlicher Nutzen

## Entwicklung und Realisierung eines Marketing-Plans

### Marketingaspekte der Krankheit

- Definition, Epidemiologie
- Diagnose und Behandlung

### Produkt-Hintergrund

- Pharmakologie, Patentsituation
- 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
  - Die Chancen des Internet
  - Digitale Strategie entwickeln
  - Effektive Webseiten erstellen
  - Suchmaschinen Optimierung (SEO)
  - E-Mails and Newsletter
  - Social Media and Communities
  - Public Relations
  - Außendienst
  - Klassische Werbung
  - Dialogmarketing durch Mailings
  - Dialogmarketing durch Call-Center
  - Below the Line Marketing
- Zeitliche und inhaltliche Verzahnung der Komponenten
- Markteinführung planen
- Verpackung

### Market Access

- Preisfindung
- Erstattungsfähigkeit
- Rabattverträge

### Lebenszyklus-Management

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

### Customer Relationship Management (CRM)

- Beziehungsmanagement: Basis
- 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
- Wissenschaftliche Daten vermarkten
- Schrift: Die Qual der Wahl
- Wortwahl
- Drei Textanalyse-Instrumente

## Erfolgskontrolle

Nach dem Lehrgang nehmen Sie an einem online verfügbaren Multiple Choice Test teil, um die erworbenen Kenntnisse zu dokumentieren. Nach erfolgreicher Lernkontrolle, steht Ihnen Ihr persönliches Pharma-Marketing-Diplom zum Download zur Verfügung. Bitte beachten Sie, dass der Onlinetest innerhalb von 14 Tagen nach der Veranstaltung absolviert werden muss.

## 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.

Um einen intensiven Austausch zu ermöglichen, ist der Teilnehmerkreis auf 20 Personen begrenzt.

## 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

## Bildungspartnerschaft

Dieser Lehrgang entspricht den Inhalten eines Studienmoduls des Studiengangs Pharmamanagement und -technologie der SRH FernHochschule Riedlingen und kann auf Antrag angerechnet werden. Das Modul umfasst 6 ECTS-Punkte.  
[www.forum-institut.de/pharmamanagement](http://www.forum-institut.de/pharmamanagement)

## Diplom

Nach bestandem Onlinetest erhalten Sie ein Diplom, das die erfolgreiche Teilnahme am Ausbildungslehrgang bestätigt.

## Fachtrainer



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

Dr. Umbach ist Facharzt, Ex-Manager der Pharma-Industrie sowie Mitglied von Management Centre Europe und des Institute of Management Consultants der USA.

Als Marketingdirektor steuerte er eine große Marke – sie erreichte mit mehr als einer Milliarde Euro die höchsten Umsätze ihres Lebenszyklus.

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

Newsletter, Videos und Tipps sind gratis auf [www.umbachpartner.com](http://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  
service@forum-institut.de oder  
Fax +49 6221 500-555

## Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Lehrgang

Pharma-Marketing-Diplom

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 500-500**  
**Tagungs-Nr. 15 09 296**

**Termin/Veranstaltungsort:**

2.-4. September 2015  
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 Lehrgang  
2. Tag: 9.00 – 17.00 Uhr Lehrgang  
3. Tag: 9.00 – 17.00 Uhr Lehrgang

**Gebühr:**

€ 2.390,- (+ gesetzl. MwSt.) inkl. hochwertiger Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat, Arbeitsessen, 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 Information



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

**Cornelia Hühne**  
Konferenzmanagerin Healthcare  
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](http://www.forum-institut.de/agb) eingesehen werden können.