

Pharma-Marketing for Non-Marketers

Mehr Effizienz in der Zusammenarbeit!

Die Themen

- Marketing im Pharma-Unternehmen - Organisationsmodelle
- Wichtige Marketingprozesse im Überblick:
Analysen, Werbung und Kommunikation
- Marketingprozess und Marketingplan
- Schnittstellen zum Marketing:
Wo sind andere Abteilungen mit ihrer Expertise involviert?
- Marketingtraining an Fallbeispielen

So lernen Sie die
Marketing-Abteilung
wirklich kennen!

Ihre Referenten



Gerald Peter
Carada Strategy,
Baden-Baden



René Buntbroich
Global Marketing
Consultant, Karlsruhe

Ziel des Seminars

Lernen Sie als "Non-Marketer" die Grundzüge des Pharma-Marketings kennen! Identifizieren Sie die Schnittstellen der Marketingkollegen zu Ihrem Verantwortungsbereich, um Ihre Aufgaben noch effektiver mit den bestehenden Marketingplänen zu koordinieren.

Unsere erfahrenen Experten vermitteln Ihnen das nötige Know-how, um mit den Kollegen aus der Marketingabteilung zielgerichtet und effizient zu kommunizieren.

Nach dem Seminar haben Sie ein besseres Verständnis dafür, welchen Einfluss Aspekte aus Wissenschaft, Controlling und Vertrieb auf das Marketing nehmen und sind somit in der Lage, aktiv die Unternehmensstrategie zu unterstützen und zum Erfolg des Produktes beizutragen.

Teilnehmerkreis

Dieses Seminar richtet sich an Mitarbeiter in pharmazeutischen Unternehmen, die keine "Marketers" sind, jedoch mit dem Marketing Berührungspunkte haben bei

- der Entwicklung von neuen Produkten,
- der übergeordneten Zusammenarbeit in Markenstrategie-Projekten oder
- der regulatorischen Beurteilung von Kommunikationsmitteln.

Insbesondere Mitarbeiter aus den Bereichen Medical und Regulatory Affairs, Business Development, Vertrieb und Recht werden von diesem Seminar profitieren.

Ihre Referenten



Gerald Peter
Inhaber,
Carada Strategy,
Baden-Baden

Gerald Peter startete seine Karriere im Vertrieb und Category Management, bevor er ins Marketing wechselte und als Junior- und Senior Brand Manager tätig war. Sein Eintritt bei Roche Consumer Health markierte den Einstieg in die Pharma/OTC-Branche. Nach der Übernahme durch Bayer betreute er die Analgetika- und Erkältungsprodukte des Konzerns in Deutschland. Später verantwortete er das globale Marketing der Kategorie der Magenmittel in Basel. Nach dem Wechsel zu Biologische Arzneimittel Heel, machte er sich 2014 mit einer eigenen Marken Strategie Beratung für die OTC/Pharma-Branche selbstständig.



René Buntenbroich
Global Marketing
Consultant, Karlsruhe

René Buntenbroich besitzt dank seiner langjährigen Marketing- und Führungserfahrung in der Healthcare Industrie eine sehr gute Expertise im Bereich Consumer Healthcare und OTC Marketing. Bei GlaxoSmithKline Consumer Healthcare war er im nationalen und regionalen Marketing für OTC, Oral Care und Dental Produkte verantwortlich. Neben der Weiterentwicklung etablierter Marken baute er erfolgreich neue Marken und Geschäftsfelder auf. Mit "Odol", "Dr. Best" und "Eunova" verantwortete er drei Marken, die Eingang in das Buch "Deutsche Standards - Marken des Jahrhunderts" fanden.

Mehr Effizienz in der Zusammenarbeit!

Ihr Programm

Die Rolle des Marketing im Unternehmen

- Definition: Was ist Marketing?
- Marketing als Organisationseinheit: Deren Entwicklung und Relevanz
- Modelle der Marketing-Organisation in Pharma-Unternehmen

Der Marketingprozess

- Markt- und Wettbewerbsanalysen
- Konsumenten-/Patientenverständnis
- Marketing-Kommunikation: Ziele, Prozesse und Instrumente
- 4 P's (Product, Price, Place, Promotion): Die klassischen Säulen im Marketing Mix - was verbirgt sich dahinter?

Der Marketingplan

- Erstellung von Business Cases
- Budgetierung von Marketing-Maßnahmen auf Basis von Umsatzprognosen
- Schnittstellen in der Planung zu den Fachabteilungen Medizin, Zulassung, Vertrieb, Controlling und Finanzen

"Marketing-Deutsch" verstehen! - Die wichtigsten Fachbegriffe

- Was verbirgt sich hinter Benchmarking, Cross-Selling, SWOT-Analyse & Co.?
- Kommunikation ohne Missverständnisse

Schnittstellen zum Marketing

- Marketing aktiv mitgestalten - der Input aus den Abteilungen Medizin, Zulassung, Vertrieb, Controlling & Finance

Ihr Nutzen

Sie erfahren, mit welchem Rollenverständnis die Marketing Kollegen ihre spezifischen Aufgaben angehen. Wie nehmen Ihre Marketing Kollegen andere Abteilungen wahr und welche Auswirkungen hat dies auf Ihre tägliche Zusammenarbeit?

Sie lernen, wie ein optimaler Marketingprozess aussieht und welche Schnittstellen dieser zu den jeweiligen Fachabteilungen aufweist. Sie werden so in die Lage versetzt, Ihren Beitrag zum Marketing-Prozess kritisch zu bewerten und situationsbedingt anzupassen.

Sie erfahren, mit welchen Herausforderungen das Marketing konfrontiert ist, welche wissenschaftlichen Methoden es anwendet und welche Aussagen wie verlässlich sind. So können Sie Ihre Verantwortlichkeiten im jeweiligen Fachbereich besser koordinieren.

Sie lernen die Bedeutung zentraler Begriffe im Marketing kennen. So kommunizieren Sie sicher und zielgerichtet, wodurch das gegenseitige Verständnis sowie die Effizienz Ihrer Zusammenarbeit gesteigert wird.

Anhand von Fallbeispielen werden die verschiedenen Aspekte der Zusammenarbeit mit dem Marketing beleuchtet. Sie wenden dabei direkt Ihr neu erworbenes Wissen an und können sich in einer lockeren Workshop-Atmosphäre mit den anderen Teilnehmern austauschen.

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

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Seminar

Pharma-Marketing for Non-Marketers

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

Telefon

E-Mail

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

So melden Sie sich an

Anmelde-Hotline: +49 6221 500-500
Tagungs-Nr. 15 03 292

Internet:
www.forum-institut.de

Termin/Veranstaltungsort:
Dienstag, 3. März 2015 in Heidelberg
Heidelberg Marriott Hotel
Vangerowstr. 16 · 69115 Heidelberg
Tel. +49 6221 908-0 · Fax +49 6221 908-660

Gebühr:
€ 950,00 (+ gesetzl. MwSt.) inkl. hochwertiger Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat, Arbeitssessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

Zimmerreservierung:
Für FORUM-Teilnehmer steht ein begrenztes Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen zur Verfügung. Bitte beachten Sie, dass das Kontingent automatisch 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn verfällt. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf das FORUM-Kontingent vor.

Rückfragen und Information



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

Cornelia Hühne
Konferenzmanagerin Healthcare
Tel. +49 6221 500-695
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 eingesehen werden können.