

Pharma Social Media & mHealth

Die Themen

- Pharma goes Social – was ist möglich, was ist erlaubt?
- Gesundheit im Internet – Facebook, Twitter & Co.
- Verantwortlichkeiten für Chat-Foren
- Social Media in der Pharma-Praxis
- Mobile Gesundheitsapplikationen – Status Quo und Trends
- Können Apps die Compliance steigern?

Effiziente Healthcare-Kommunikation und Networking im Internet und über mobile Applikationen

Ihre Referenten

Martina Bergmann
Boehringer Ingelheim
GmbH & Co. KG, Ingelheim

Dr. Fritz Höllerer
Aeskulapp Mobile GmbH,
Wien, Österreich

Alexander Maur
Kanzlei am Ärztehaus
Frehse Mack Vogelsang, Köln

René Neubach
Pfizer Pharmaceuticals,
Wien, Österreich

Dr. Thilo Räpple
Baker & McKenzie,
Frankfurt

Uwe Spitzmüller
Spirit Link Medical,
Erlangen

Seminarziel Pharma Social Media

Social Media Plattformen wie Facebook, Twitter und Co. übernehmen zunehmend auch die Geschäftswelt. Doch nicht alles ist erlaubt: Insbesondere im Pharma- und Healthcare-Sektor sehen sich Unternehmen zahlreichen rechtlichen Restriktionen gegenüber, wenn sie Social Media für ihr Marketing nutzen möchten.

Nach dem Besuch dieses Seminars sind Sie in der Lage

- besser abzuschätzen, ob und wo sich ein Einsatz von Social Media-Aktivitäten lohnt
- die Besonderheiten der unterschiedlichen Zielgruppen zu erkennen und zu verstehen
- abzusehen, was in rechtlicher Hinsicht möglich ist.

Seminarziel mHealth

Nach Internet und Social Media erobert ein neuer Kanal die Marketing-Welt: Der Markt für mobile Endgeräte und Applikationen boomt – gerade auch im Gesundheitsbereich.

Das Seminar vermittelt einen detaillierten Einblick in Chancen und Risiken des mobilen Kundenkanals. Sie lernen unter anderem

- aktuelle Konzepte kennen und diskutieren konkrete Projekterfahrungen
- sich innerhalb der rechtlichen Grenzen sicher zu bewegen.

Teilnehmerkreis

Leiter und Mitarbeiter der pharmazeutischen Industrie und der Medizinprodukte-Industrie, insbesondere folgender Abteilungen:

- Marketing/Produktmanagement
- Med.-Wiss.
- Arzneimittelsicherheit
- PR/Öffentlichkeitsarbeit
- Recht
- Business Development

Veranstaltungshinweis

Sie interessieren sich außerdem für Webseiten, E-Mail-Marketing und Suchmaschinenoptimierung? Dann möchten wir Sie auch auf dieses Seminar hinweisen:

Pharma goes online
am 4.-5. September 2013 in Köln
Seminar-Nr.: 13 09 290

Teilnehmerbegrenzung

Das Seminar ist auf 25 Personen begrenzt. Diese Limitierung ist ein Qualitätsmerkmal der FORUM-Seminare und ermöglicht den Teilnehmern einen intensiven Austausch untereinander und mit den Referenten.

Ihr Programm von 9.00-17.00 Uhr

Pharma goes Social – Plattformen für Patienten und Ärzte

Uwe Spitzmüller

- Social Media im Überblick: Status und Trends
 - Wo steht Social Media aktuell?
 - Welche Trends werden bestritten?
 - Wo tauschen sich Ärzte und Patienten aus?
- Implementierung von Social Media Kommunikationsmaßnahmen im Unternehmen:
 - Strategiedefinition
 - Social Media Monitoring
 - Die Auswahl der richtigen Kanäle
 - Befähigung der eigenen Organisation zur Dialogführung
 - Dialogführung mit der Zielgruppe
- Social Media und der verflixte ROI: Erfolgsmessung

Rechtliche Aspekte von Social Media

Dr. Thilo Räpple

- Pharma als Mitspieler im Bereich Social Media – was geht, was geht nicht?
- Plattform Internet – Ärzte als Zielgruppe
 - Ärzteportale
- Plattform Internet – Zielpunkt Patient/Patientengruppe
 - Pharma als Seiteninhaber/Moderator/Sponsor
 - Sponsoring – Rechte, Pflichten und Verantwortungen
 - Was tun bei Erwähnung vermeintlicher Nebenwirkungen? Wann greift die Meldepflicht?
 - AD-Mitarbeiter im Netz

Fortsetzung: Rechtliche Aspekte von Social Media

- Der Einsatz von Testimonials
- Verantwortlichkeiten für Chat-Foren
- Grenzen des Heilmittelwerberechts
- Wie können Social Networking Projekte rechtlich angegriffen werden?

Social Media in der Pharma-Praxis

René Neubach

- Integration von Social Media in die Marketing-Strategie
 - Organisatorische Verankerung und Manpower
 - Zusammenarbeit mit Sales Force und Marketing
- Was müssen Sie bei internationalen Kampagnen beachten?
- Do's and Don'ts bei der Umsetzung
- Mit welchen Kosten muss ich rechnen?
- Zahlt sich Social Media aus?

Social Media-Projekte im Pharmaunternehmen

Martina Bergmann

- Unterscheiden sich Projekte für Ärzte von denen für Patienten?
- Zusammenarbeit mit Ärzten und Patienten-Communities: Do's & Don'ts
- Fallbeispiel aus der Praxis

Ihr Programm von 9.00-15.00 Uhr

Mobile Apps: Trend Applikation für mobile Gesundheitsanwendungen

René Neubach

- Der mobile Gesundheitsmarkt – Status quo
- App vs. Medizinprodukt – was sind die wesentlichen Abgrenzungskriterien?
- Was verändert sich durch das Aufkommen von Smartphone Apps für den mobilen Gesundheitsmarkt?
- Wieviele und welche Nutzergruppen können über mobile Apps und Webseiten angesprochen werden?
- Verschiedene Apps für verschiedene Zielgruppen – Ärzte vs. Patienten
- Welche Nutzer-/Patienten-Segmente sind zu erkennen und wie können sie zielgruppengerecht angesprochen werden?
- Welche Therapien werden angesprochen?
- Was ist der aktuelle Stand bei den mobilen Gesundheits Apps und Webseiten?
- Was verändert sich durch das iPad?
- Mobile Applikationen im Außendienst
- Welche Business Modelle werden erfolgreich sein?

Rechtliche Aspekte des Mobile Marketing

Alexander Maur

- Rechtliche Besonderheiten des Mobile Marketing
- Wann ist eine App bzw. mobile Webseite ein Medizinprodukt? Was sind die Konsequenzen?
- Datenschutz: ist eine sichere Übermittlung und ein sicherer Austausch von Daten gewährleistet?

Fortsetzung: Rechtliche Aspekte des Mobile Marketing

- Haftungsfragen: was passiert, bei Übermittlung falscher Daten und daraus folgender falscher medizinischer Rückschlüsse?

Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung einer mHealth App

Dr. Fritz Höllerer

- Wofür benötigen Sie eine App?
- Wie kann ich eine App einsetzen? Marketing, Kommunikation, Market Access, Service
- Über welche Plattform erfolgt der Verkauf?
- iPhone, Android, mobiles Web usw. – was sind die besten mobilen Plattformen für meine App?
- Plattformen der Zukunft?
- Mögliche Distributionskanäle: Offline/Online-Marketing/Mobile Marketing
- Welche Kosten entstehen? Web-App vs. Native-App
- Welche Download-/Nutzerzahlen sind zu erwarten?
- Best Practices bei der Implementierung

Vom Zusatzservice zum besseren Therapieerfolg – können Apps die Compliance steigern?

René Neubach

- Möglichkeiten der Therapieunterstützung durch mobile Plattformen
- Patientenbedürfnisse als Grundlage der App-Entwicklung
- Telemedizinische Ansätze zur Steigerung der Compliance

Ihre Referenten



Martina Bergmann

Head of New Promotional Models, Boehringer Ingelheim GmbH & Co. KG, Ingelheim

Sie ist verantwortlich für die digitale Strategie von Boehringer Ingelheim in Deutschland (Prescription Medicin). Schwerpunkte: Cross Channel Kampagnen und Mehrwert-Konzepte für Ärzte und Patienten



Dr. Fritz Höllerer

Managing Director, Aeskulapp Mobile GmbH, Wien, Österreich

Der studierte Humanmediziner verfügt über weitreichende Erfahrungen im Bereich Mobile Marketing. 2011 gründete er die Diagnosia Internetservices GmbH und ist seit 2012 Geschäftsführer der Aeskulapp Mobile GmbH.



Alexander Maur

Rechtsanwalt, Kanzlei am Ärztehaus Frehse Mack Vogelsang, Köln

Er berät im Kölner Büro der Kanzlei am Ärztehaus die pharmazeutische Industrie im Arzneimittel- und Medizinproduktrecht sowie in den assoziierten Rechtsgebieten.



René Neubach

eMarketing Manager – Specialty Care Europe, Pfizer Pharmaceuticals, Wien, Österreich

Er verantwortet derzeit als eMarketing Manager - Specialty Care Europe bei Pfizer Pharmaceuticals unter anderem die (Weiter-)Entwicklung von Websites und digitalen Strategien.



Dr. Thilo Räpple

Rechtsanwalt und Partner, Baker & McKenzie, Frankfurt

Er ist Partner und Leiter der European and Healthcare Practice Group bei Baker & McKenzie in Frankfurt.



Uwe Spitzmüller

Senior Project Manager und Senior Consultant, Spirit Link Medical, Erlangen

Er berät führende Healthcare-Unternehmen bei der digitalen Kommunikation mit den Zielgruppen Arzt und Patient.

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

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Seminar

☐ **Pharma Social Media & mHealth**

18.-19. Juni 2013 in Frankfurt

☐ **Pharma Social Media**

18. Juni 2013 in Frankfurt

(Gewünschtes Seminar bitte ankreuzen)

☐ 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. 13 06 293

Termin/Veranstaltungsort:

18.-19. Juni 2013

1. Tag: 8.30 Uhr Registrierung;

9.00-17.00 Uhr Seminar,

2. Tag: 9.00-15.00 Uhr Seminar

Steigenberger Metropolitan

Poststr. 6, · 60329 Frankfurt

Tel. +49 69 506070-0 · Fax +49 69 506070-555

Gebühr:

€ 1.590,- (+ gesetzl. MwSt.) für beide Seminartage
Das Seminar „mHealth“ kann nur in Verbindung
mit dem Seminar „Pharma Social Media“ gebucht
werden.

€ 950,- (+ gesetzl. MwSt.) „Pharma Social Media“

Inklusive Dokumentation, Arbeitsessen und
Erfrischungen.

Zimmerreservierung:

Für FORUM-Teilnehmer steht ein begrenztes
Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen im
Tagungshotel zur Verfügung. Bitte beachten Sie,
dass das Abrufkontingent für Veranstaltungsteil-
nehmer automatisch 4 Wochen vor Veranstaltungs-
beginn verfällt. Bitte nehmen Sie die Zimmerreser-
vierung direkt im Hotel vor unter Berufung auf das
FORUM-Kontingent und die Tagungsnummer.

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

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.