

12.04.2011 FRANKFURT

Pharmawerbung: Vom Werbekonzept zur Markenführung – Widerspruch oder Notwendigkeit?

Empfohlen von
LA-MED



Claus Berneker
Moderation



Jun.-Prof. Dr. Alexander Fischer
Essentials der
Markenführung



Gerd Dreiser
Strategy first –
Marketingstrategie als
Basis für zielführende
Kommunikation



Mario Barrancotto
Warum 10 x 1 mehr ist
als 20 x 2 und warum Anti-
Diskriminierungsgesetze
nicht ins Marketing
gehören



Swea von Mende
Idee schlägt Budget –
Markenführung im
Spannungsfeld von kleinen
Budgets und großen
Erwartungen



Hubert Sichler
Marken-Kommunikation:
„Papa, Papa! Erzählst Du
mir eine Geschichte?“

Pharmawerbung: Vom Werbekonzept zur Markenführung – Widerspruch oder Notwendigkeit?

Eine starke Marke ist unverzichtbar im Wettbewerb von Produkten mit ähnlichen Leistungen. Für Arzneimittel gilt das übrigens auch. Und so zwingt Wettbewerb nicht nur in der Pharmawerbung zur Differenzierung gegenüber der Konkurrenz. Differenzierung, die kommuniziert und wahrgenommen werden muss, wenn sie erfolgreich sein soll.

Folgen Sie uns deshalb auf dem manchmal steinigem, aber überaus interessanten Weg – von der (Marketing-)Theorie zur (Kommunikations-)Praxis. Wie genau funktioniert das? Was muss man tun und was sollte man lassen? Sind aktuelle (Produkt-)Werbekonzepte und gleichzeitige kontinuierliche Markenführung ein Widerspruch?

Dieses Seminar gibt Ihnen fundierte und praxisnahe Informationen, wie Sie ein Werbekonzept erfolgreich entwickeln und umsetzen können. Und wie auch Sie Ihr Produkt gegenüber der Konkurrenz stärker profilieren. Wie Sie Ihre Position im Wettbewerb verbessern, kurz, wie Sie eine starke Pharmamarke aufbauen können.

Aus verschiedenen Blickwinkeln und mit vielen Fallbeispielen referieren Marken- und Kommunikationsprofis aus Wissenschaft und Praxis über erfolgreiche Pharmawerbung zwischen Werbekonzept und Markenführung.

Empfohlen von
LA-MED



Claus Berneker
Agenturleitung
Business Development/CME
MW Office
Wiesbaden

18 Jahre in vielfältigen leitenden Marketing- und Managementfunktionen in der Pharmaindustrie. 2001 Wechsel in die Kommunikationsberatung als Director Pharma bei CARAT. Seit 2005 bei MWO Erschließung und Entwicklung neuer Produkt- und Geschäftsfelder, insbesondere im Umfeld von CME.



**Juniorprofessor
Dr. Alexander Fischer**
Lehrstuhl für Marketing
Bergische Universität Wuppertal
Wuppertal

Seit Dezember 2010 Juniorprofessor für Marketing an der Bergischen Universität Wuppertal. Langjährige Marken- und Kommunikationserfahrung in Wissenschaft und Praxis in verschiedenen Industriezweigen.



Gerd Dreiser
Berater
Healthcare Consulting
Köln

Seit mehr als 25 Jahren im Pharma-Marketing, u.a. Marketingleiter Bayer Pharma in Deutschland. Dann (im internationalen strategischen Marketing als) Leiter Global Strategic Marketing Cardiovascular und Diabetes Products, ebenfalls Bayer Pharma. Seit 2007 unabhängiger Berater im Pharmabereich mit dem Schwerpunkt Marketing-, Positionierungs- und Kommunikationsstrategie.



Mario Barrancotto
Marketing Manager
Companion Animal
Pfizer GmbH
Berlin

Mehrjährige Erfahrungen in verschiedenen Bereichen der Pharmabranche: OTC, Rx Human und Tiergesundheit. Derzeit Marketing Manager bei Pfizer Tiergesundheit. Davor Senior Brand Manager Viagra. Leitung Produktmanagement OTC Bereich Nycomed Deutschland (Marken: Sanostol, Riopan, buer, Faktu, Calcimagon). Erfahrungen in diversen Branchen: Tetra Aquaristik, BMW.



Swea von Mende
Geschäftsführende
Gesellschafterin
von Mende Marketing GmbH
Oldenburg

Seit über 20 Jahren im Pharma-Marketing tätig. Zunächst im Produktmanagement für den Rx- als auch OTC-Markt. 1997 Gründung und Aufbau einer inhabergeführten Kampagnen-Agentur mit dem Fokus auf Werbestrategien für Healthcare und Beauty-Produkte.



Hubert Sichler
Geschäftsführer
Serviceplan Vital und
Partner Serviceplan Gruppe
München

Dipl. Wirt. Ing. mit Wurzeln in der Medizin; 1992 Spezialisierung auf Pharmakommunikation. COMPRIX-Juror der „ersten Stunde“ und Mitglied des GWA-Forums Healthcare-Kommunikation; Ex-LA-MED-Vorstandsmitglied.

Programm

9:30	Claus Berneker Begrüßung der Teilnehmer und Zielsetzung des Seminars	13:40	Mario Barrancotto Warum 10 x 1 mehr ist als 20 x 2 und warum Anti-Diskriminierungsgesetze nicht ins Marketing gehören <ul style="list-style-type: none"> • Klare Positionierungen erarbeiten • Kontinuität als Erfolgsfaktor • 'Everybody's Darling Falle' vermeiden
9:45	Jun.-Prof. Dr. Alexander Fischer Essentials der Markenführung Teil 1	14:30	Swea von Mende Idee schlägt Budget – Markenführung im Spannungsfeld von kleinen Budgets und großen Erwartungen
10:30	Kaffeepause	15:20	Kaffeepause
10:50	Jun.-Prof. Dr. Alexander Fischer Essentials der Markenführung Teil 2	15:50	Hubert Sichler Marken-Kommunikation: „Papa, Papa! Erzählst Du mir eine Geschichte?“ <ul style="list-style-type: none"> • Beispiele aus OTC und Rx
11:40	Gerd Dreiser Strategy first – Marketingstrategie als Basis für zielführende Kommunikation	16:40	Claus Berneker Zusammenfassung
12:30	Mittagessen	17:00	Seminarende

Pharmawerbung: Vom Werbekonzept zur Markenführung – Widerspruch oder Notwendigkeit?

Teilnehmerkreis	Dieses Seminar ist konzipiert für Entscheider im Pharma-Marketing. Das heißt für Mitarbeiter in der pharmazeutischen Industrie, aber auch in Agenturen, die sich um Pharma gruppieren. Die Themen vermitteln Einsteigern eine fundierte Grundlage und erfahrenen Kräften ein exzellentes Update und neue Impulse.	Veranstalter	<p>Initiative Pharma-Kommunikations-Akademie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ärzte Zeitung Verlag • Deutscher Ärzte-Verlag • G. Thieme/pharmedia • Medical Tribune Verlag • Springer Medizin Verlag • Urban & Vogel <p>sowie die Agenturen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CARAT • MW Office
		Veranstaltungsort	<p>STEIGENBERGER HOTEL METROPOLITAN FRANKFURT Poststraße 6 60329 Frankfurt Telefon: (0 69) 50 60 700 www.metropolitan.steigenberger.de</p> <p>Den Teilnehmern steht bis zum 15. März 2011 ein Kontingent an vergünstigten Zimmern zur Verfügung (Stichwort Pharma-Kommunikations-Akademie), Kosten der Übernachtung € 160,- inklusive Frühstück.</p>
Teilnehmerzahl	Begrenzte Teilnehmerzahl! Diese Begrenzung ist notwendig, um den intensiven Arbeitscharakter der Veranstaltung sicherzustellen.	Anmeldung	<p>schleich advice Alemannenweg 12 63128 Dietzenbach Telefon: (0 60 74) 82 15 01 E-Mail: schleichadvice@aol.com</p>
Termin	12.04.2011	Gebühr	<p>€ 490,- (+19% Mehrwertsteuer). Ab dem zweiten Teilnehmer eines Unternehmens 10% Rabatt. Mit den Gebühren abgedeckt sind eine Dokumentation des Seminars, ein Mittagessen und Getränke in den Kaffeepausen. Eine Stornierung der Veranstaltung ist gegen eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- bis zwei Wochen vor dem Termin möglich. Bei Stornierung bis zu einer Woche vor Seminarbeginn wird die Hälfte der Seminargebühr, danach die komplette Summe fällig. Ersatzteilnehmer können gestellt werden.</p>

Vorname/Name	_____
Position/Abteilung	_____
Firma	_____
Straße	_____
PLZ/Ort	_____
E-Mail	_____
Telefon/Fax	_____
Datum	_____
Unterschrift	_____