

Content Marketing | Social Media – Inhalt zählt

25. Juni 2019 | München



Claus Berneker

Moderation



Dr. Elisabeth Moser

Erfolgsfaktoren des Content Marketings



Dr. med. Erik Heintz

Contextual Content Marketing
im Fachportal



Judith von Gordon-Weichelt

Patienten wollen es wissen – Disease-
Awareness-Kampagnen in sozialen
Medien



Yvonne Preller

Influencer Marketing – Bedeuten neue
Storyteller auch neue Storys?



Christian Nork

Social Health – Pharma-Riesen,
aber Digital-Zwerge

Content Marketing | Social Media – Inhalt zählt



Claus Berneker

Head of CME, Director Business
Development
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 MW Office Erschließung und Entwicklung neuer Produkt- und Geschäftsfelder, insbesondere im Umfeld von CME.

Dr. Elisabeth Moser

Senior Manager Multichannel Marketing
MCM Lead Vaccines
GlaxoSmithKline, München

Seit mehr als 15 Jahren im Bereich der Impfstoffe tätig, unter anderem in den Bereichen Produktmanagement, Medical Education und seit bald 10 Jahren MCM. Einer ihrer Schwerpunkte ist Content Marketing.

Dr. med. Erik Heintz

Chefredakteur SpringerMedizin.de
Springer Medizin Verlag
München

Studium der Medizin in München, Tätigkeit als Arzt im Fach Anästhesie. 2003 Einstieg in den Journalismus bei Urban & Vogel erst als Volontär, dann Redakteur bei unterschiedlichen Fachzeitschriften. Parallel Entwicklung und Betreuung mehrerer Internetauftritte. 2010 kompletter Wechsel ins Online-Metier, seit 2013 Chefredakteur von SpringerMedizin.de.

Judith von Gordon-Weichelt

Head of Global Media & PR
Boehringer Ingelheim
Ingelheim

Studium der Angewandten Sprachwissenschaften; nach Stationen im In- und Ausland Übernahme der externen Kommunikation bei Boehringer Ingelheim für Deutschland und auf weltweiter Ebene. Aufbau von Social-Media-Aktivitäten des Unternehmens seit 2007.

Yvonne Preller

Senior Executive Director
Health4Brands
Berlin

Seit 17 Jahren konzeptionelle Beratung und Markenführung mit Herz und Verstand in der Healthcare-Kommunikation. Leitet seit 3 Jahren H4B Berlin – einen Ableger des globalen Agenturnetzwerkes Havas – und ist seither Architektin neuer Geschäftsbereiche. Projekte mit Healthcare-Bloggern gehören mittlerweile genauso dazu wie der Kaffee am Morgen und erweitern dabei immer noch ihre Perspektive.

Christian Nork

Senior PR Consultant
MW Office
München

Zertifizierter Social Media Manager und als Senior PR Consultant bei MW Office tätig. Als „Digital Citizen“ ist er privat und beruflich nah an aktuellen Trends. Der studierte Journalist kam über die TV- in die Healthcare-Branche und betreut Kunden aus dem OTC- und Rx-Bereich.

Die Kommunikation in der Healthcare-Branche ist komplexer geworden. Schon die klassische Pressearbeit hat ihre Tücken: Ohne eine relevante Botschaft oder das richtige Storytelling haben Sie schon Nachteile gegenüber denen, die alles richtig machen. Und derzeit erleben Content Marketing und Social Media einen regelrechten Hype. Wenn Sie nicht Marketing von gestern machen wollen, müssen Sie da dabei sein. Oder?

Wir klären das! Das einzige, was sich nämlich nicht verändert, sind die grundsätzlich erklärungsbedürftigen Produkte und komplexen wissenschaftlichen Hintergründe. Auch wie Sie das Interesse

von Journalisten für Ihr Thema wecken, hat wenig mit der Frage nach analog oder digital zu tun. Es ist daher nicht leicht, die richtige Mischung aus alten und neuen Instrumenten für die Vermarktung des eigenen Produktes zu finden.

Dieses Seminar gibt Ihnen praxisnahe und fundierte Informationen, wie diese neuen Tools funktionieren. Sie bekommen Einblicke in die Mechanismen von Content Marketing und Social Media speziell im Gesundheitsmarkt. Dazu wertvolle Tipps, wie Redakteure ticken, was Sie mit Influencern erreichen können und wie Krisenkommunikation im Web funktionieren kann.

Aus verschiedenen Blickwinkeln referieren Kommunikationsprofis aus Pharma-Industrie, Agenturen und Verlagen über Chancen und Grenzen von diesen neuen Kommunikationsmöglichkeiten in der Healthcare-Branche. Profitieren Sie von den Vorträgen und vielen aktuellen Praxis-Beispielen. Zwischendurch können Sie in den Pausen in der Speakers' Corner und am Ende des Vor- und Nachmittags bei zwei Fragerunden mit den Referenten noch einmal Ihre Fragen adressieren, Ihre eigenen Erfahrungen einbringen und Themen aktiv diskutieren. Das Seminar ist gleichermaßen für Teilnehmer aus dem Rx- wie OTC-Bereich interessant.

Programm

09:00 Wake-up-Coffee and Check-in
Kaffee, Tee und Frühstücks-Snacks

09:30 Claus Berneker
Begrüßung der Teilnehmer und
Zielsetzung des Seminars

09:45 Dr. Elisabeth Moser
Digital Content – Was sind die Erfolgsfaktoren?
– Was Kunden sich wünschen
– Schritt für Schritt zu gutem Content
– Welche Messparameter können helfen

10:30 Dr. Erik Heintz
Contextual Content Marketing im Fachportal
– Wie der Content in den Kontext kommt
– Beispiele aus der Praxis für die Praxis

11:30 Kaffeepause mit Speakers' Corner

12:15 Judith von Gordon-Weichelt
Patienten wollen es wissen – Disease-Awareness-
Kampagnen in sozialen Medien
– Aufmerksamkeit schaffen in der Informations-
Überflutung
– Sinnvolles Info-tainment
– Was machen andere? Blick über die
Landesgrenzen

13:00 Questions and Answers

13:15 Gemeinsames Mittagessen

14:15 Christian Nork
Social Health – Pharma-Riesen, aber Digital-Zwerge
– Lieber Hero oder Zero?
Die Tücken des Social-Media-Marketings
– Was tun, wenn's stürmt?
Krisenkommunikation im Web

15:15 Kaffeepause mit Speakers' Corner

15:45 Yvonne Preller
Influencer Marketing – Bedeuten neue Storyteller
auch neue Storys?
– Die Story oder der Erzähler?
Glaubwürdigkeit hat ein Gesicht
– Contentsteuerung vs. Kontrollverlust
– Blick hinter die Kulissen –
Interview mit einer Healthcare-Bloggerin

16:45 Questions and Answers

17:00 Seminarende

Informationen

Teilnehmerkreis

Dieses Seminar richtet sich an Führungs- und Fachkräfte der Healthcare-Branche, vor allem der Bereiche Geschäftsführung, Unternehmensentwicklung, Business Development, Marketing, Projekt-Management, aber auch an Agenturen, die sich um Pharma gruppieren. Sie bekommen viele wertvolle Hinweise und Denkanstöße, um Ihr Business für die Zukunft fit zu machen!

Gebühr

690,- € (+ 19 % MwSt). Ab dem zweiten Teilnehmer eines Unternehmens sowie bei LA-MED-Mitgliedern 10 % Rabatt. Mit den Gebühren abgedeckt sind eine Dokumentation des Seminars, ein Mittagessen, Pausensnacks und Getränke für das gesamte Seminar. 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.

Veranstalter

Pharma-Kommunikations-Akademie
- Deutscher Ärzteverlag
- Georg Thieme Verlag / pharmedia
- Medical Tribune Verlag
- MW Office
- Springer Medizin Verlag

Anmeldung

schleich advice
Barbara Schleich
Alemannenweg 12
63128 Dietzenbach

pharmakommunikationsakademie.de

schleich@schleichadvice.de
Telefon: (0 60 74) 82 15 01

Termin

25. Juni 2019

Veranstaltungsort

Novotel München City
Hochstraße 11
81669 München
Telefon: (0 89) 66 107 0
www.novotel.com
H3280@accor.com

Den Teilnehmern steht bis zum 28. Mai 2019 ein Kontingent an vergünstigten Zimmern zur Verfügung (Stichwort Pharma-Kommunikations-Akademie), Kosten der Übernachtung 219,- € inklusive Frühstück.

Teilnehmerzahl

Begrenzte Teilnehmerzahl!
Diese Begrenzung ist notwendig, um den intensiven Arbeitscharakter der Veranstaltung sicherzustellen.

