



Praxis-Seminar
29. September 2010
Offenbach bei Frankfurt/Main

PHARMA-MARKETING: GRUNDZÜGE, TECHNIKEN DER UMSETZUNG UND PROZESSABLÄUFE FÜR DAS MARKT- UND KUNDENORIENTIERTE PHARMAUNTERNEHMEN

REFERENTEN



Dr. Hans-Peter Walther
Geschäftsführender Gesellschafter/
Healthcare-Management
primus consulting group GmbH



Raymond Francot
General Manager
Gilead Sciences GmbH

PRAKTISCHE BEISPIELE AUS DER
TÄGLICHEN UNTERNEHMENSPRAXIS

- *Grundprinzipien und Perspektiven der modernen Marketingphilosophie*
- *Strategische Optionen des Marketingmanagements*
- *Techniken und Instrumente bei der Umsetzung von Marketingmaßnahmen*
- *Prozessabläufe und Managementmethoden eines innovativen Marketingmanagements*
- *Die Unternehmensinterne Umsetzung*
- *Praktische Tipps zur Unterstützung Ihrer Marketing-Kampagne*



AKADEMIE
FÜR FORTBILDUNG
HEIDELBERG



Wegweisende Trends, Strategien, praktische Tipps und Perspektiven für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Pharmaunternehmen

REFERENTEN

Dr. Hans-Peter Walther
Geschäftsführender Gesellschafter/
Healthcare-Management
primus consulting group GmbH,
Martinsried



Nach Studium und Promotion im Bereich der Wirtschaftswissenschaften und Strategischen Pharma Marketings hatte Herr Dr. Walther verschiedene Funktionen in internationalen Konzernen der Pharmaindustrie und Medizintechnik in den Bereichen Marketing und Vertrieb inne. Hier besaß er Verantwortlichkeiten im nationalen und internationalen Management der Pharmaindustrie, u.a. als Vice President Marketing von Baxter Europe.

Seit 2007 ist er geschäftsführender Gesellschafter des Consulting-Unternehmens primus consulting group in Martinsried/München und ist spezialisiert auf individuelle Konzepte im Gesundheitswesen, Marketing, Vertrieb und Medical Affairs.

Raymond Francot
General Manager
Gilead Sciences GmbH



Raymond Francot schloss 1986 sein Jurastudium an der Universität von Maastricht/Niederlande ab und hält einen MBA der Rotterdam School of Management, Erasmus Universität Rotterdam/Niederlande.

Ab 1993 war er in der Pharmaindustrie für die Firma Baxter tätig. Nach verschiedenen Positionen im Marketing für Benelux, wechselte er 1998 zum European Headquarter nach Brüssel. Bis 2003 verantwortete er als European Marketing Director den Bereich Nephrologie, u. a. war er zuletzt als Interim Business Unit Manager für diesen Bereich bei Baxter in Heidelberg tätig.

Seit 2003 ist Raymond Francot General Manager bei Gilead Sciences, Deutschland. In dieser Position trägt er die Verantwortung für alle kommerziellen Aktivitäten von Gilead im Bereich HIV, HBV und Antifungal in Deutschland.

ZIEL DES INTENSIVSEMINARS

Ziel eines effektiven Pharmamarketings ist das Erkennen und Nutzen von Marktchancen im Gesundheitswesen, dem die Entwicklung einer tragfähigen Marketingstrategie und die Anwendung stimmiger Marketingmaßnahmen unterliegt. In einem modernen markt- und kundenorientierten pharmazeutischen Unternehmen verläuft das Marketingmanagement auf mehreren Ebenen und verlangt nach einer effizienten Zusammenarbeit der einzelnen Abteilungen mit dem Marketing. Hierfür ist eine stärkere Integration aller relevanten Sektionen erforderlich um eine gemeinsame unternehmerische Zielsetzung erfolgreich umzusetzen. Dies setzt eine Vertrautheit aller beteiligten Mitarbeiter mit den Grundzügen, Techniken der Umsetzung und den Prozessabläufen voraus. Durch eine Mischung aus Theorie und Praxisbeispielen werden Sie in diesem Basis-Seminar zum Pharma-Marketing an die Grundprinzipien und die Methoden bei der Umsetzung von Marketingmaßnahmen herangeführt und erhalten Einblick in die Notwendigkeit und das aktuelle Geschehen rund um Prozessabläufe, Organisation, Vorbereitung und Ablauf eines modernen Marketingmanagements im Pharmaumfeld.

In den durch die langjährige tägliche Unternehmenspraxis der Referenten anschaulich und auf aktuellstem Stand dargestellten Themengebieten werden „Do’s und Don’ts“ und wertvolle Tipps zur Lösung und Umgehung problematischer Szenarien bei der Erstellung Ihrer eigenen Marketing-Kampagne erläutert. Die einzelnen Teilgebiete werden anhand von verschiedenen Szenarien besprochen und hands-on bearbeitet.

- Wie wird ein effizientes Marketingmanagement koordiniert und organisiert?
- Welche Strategien greifen bei der Umsetzung?
- Wie wird die Zusammenarbeit der relevanten Abteilungen gestärkt?
- Wie bewege ich mich im Wettbewerb und wo platziere ich mein Produkt?
- Wo ist Kreativität gefragt und wie setze ich sie um?
- Wie erfolgt das Zielgruppenmanagement?

Profitieren Sie von den langjährigen praktischen Erfahrungen der Referenten und klären Sie Ihre fachlichen Fragen in offener Diskussionsrunde!

TEILNEHMERKREIS Fach- und Führungskräfte der pharmazeutischen Industrie, die an der Vorbereitung und Durchführung von Marketing-Maßnahmen im Unternehmen eingebunden sind, insbesondere der folgenden Abteilungen:

- Medical Affairs
- Zulassung
- Gesundheitspolitik
- Recht

- Marktforschung
- Marketing
- Eventbereich
- Qualitätsmanagement

Ebenso angesprochen sind Einsteiger im Pharma-Marketing, Vertriebsmitarbeiter oder andere Fachkräfte, die einen fundierten Einblick in die Belange und Strategien des Marketingmanagements erhalten wollen.



Bei weiteren Fragen zum Seminar und zu unserem weiteren Seminarprogramm berate ich Sie gerne persönlich. Sprechen Sie mich an!
Dr. Alexandra Reininger-Mack, Telefon: 06221/65033-18,
per eMail a.reininger-mack@akademie-heidelberg.de

PROGRAMM

9.00 Uhr *Begrüßung und Einführung*

9. 15 Uhr *Die unterschiedlichen Perspektiven des Marketings*

- Grundprinzipien der Marketing Philosophie
- Das Marketing-Management
- Die Marketing-Instrumente
- Organisation des Marketings
- Der Marketing-„Spirit“

Die Optionen eines strategischen Pharma-Marketings

- Der Aufbau eines geeigneten Portfolios
- Die Entwicklung von individuellen Strategien
- Die Marktsegmentierung
- Die Positionierung des Produktes auf dem Markt

Der praktische Bezug:

Besprechung und Bearbeitung von Beispielen aus der täglichen Praxis

12.30 Uhr *Gemeinsames Mittagessen*

13.30 Uhr *Die Umsetzung der Marketing-Maßnahmen auf Indikations- und Produktebene*

- Überblick:
 - Modell eines operativen Pharma-Marketings
 - Koordination und Organisation des operativen Marketings
- Der Ablauf der Implementierung:
 - Die „Business“-Strategie (Zielgruppenmanagement)
 - Produkt-Profiling
 - Produkt-Positionierung
 - Produkt-Kernbotschaften
 - Die kreative Umsetzung
 - Vorbereitung von AD-Gesprächen (Sales presentation Outline)

Der praktische Bezug:

Besprechung und Bearbeitung von Beispielen aus der täglichen Praxis

Abschlußdiskussion

17.30 Uhr *Ende des Seminars*

**Praktische
Beispiele !**

Am Vormittag und Nachmittag findet eine je 15-minütige Kaffeepause statt.

SEMINARHINWEISE

■ **Grundlagenseminar zum
Medizinprodukterecht**

8./9. Juni 2010 in Frankfurt/Main
Seminar-Nummer: 10 06 PR512

■ **Profi-Workshop: Texten**

Texte, die zu Ihrem Unternehmen passen
8./9. Juni 2010 in Frankfurt/Main
Seminar-Nummer: 10 06 BY750

■ **Grundlagenseminar zum Pharmarecht**

26./27. Oktober 2010 in Frankfurt/Main
Seminar-Nummer: 10 10 PR103

■ **Praxiswissen Interne Kommunikation**
Wirkungsvoll und klar kommunizieren!

18./19. Oktober 2010 in Frankfurt/Main
Seminar-Nummer: 10 10 BY702

■ **Praxiswissen PR**

Trends in der externen Unternehmenskommunikation
19./10. November 2010 in Frankfurt/Main
Seminar-Nummer: 10 11 BY720

Weitere Veranstaltungen finden Sie stets aktuell unter
www.akademie-heidelberg.de

PHARMA-MARKETING

ANMELDE-FAX: 06221/65033-29

ANMELDEFORMULAR

NAME _____

VORNAME _____

POSITION _____

FIRMA _____

STRASSE _____

PLZ/ORT _____

TEL./FAX _____

E-MAIL _____

NAME DER SEKRETÄRIN _____

DATUM UNTERSCHRIFT _____

TERMIN UND SEMINARZEIT

29. September 2010, 9.00 – 17.00 Uhr
Registrierung ab 8.30 Uhr

VERANSTALTUNGSORT

Sheraton Offenbach Hotel
Berliner Str. 111 · 63065 Offenbach/Main
Tel.: 069/82999-0 · Fax: 069/82999-800

Das Sheraton Offenbach Hotel erreichen Sie in gut 10 Minuten vom **Frankfurter Hauptbahnhof** mit der S-Bahn S1/S8/S9. Vom **Flughafen Frankfurt** erreichen Sie die Haustür des Hotels mit der S-Bahn S8/S9 in gut 20 Minuten.

Bitte berufen Sie sich bei Ihrer **Zimmerreservierung** stets auf die **Sonderkonditionen** des Abruflkontingents der AH Akademie für Fortbildung Heidelberg und beachten Sie, dass das Abruflkontingent **vier Wochen** vor dem Termin abläuft.

SEMINAR-NR. 10 09 PA500 W

TEILNAHMEBETRAG

€ 750,- (zzgl. gesetzl. USt). Der Teilnahmebetrag beinhaltet ein gemeinsames Mittagessen, Seminargetränke, Pausenerfrischungen sowie die Dokumentation.

SONDERKONDITIONEN

Der zweite und jeder weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen erhält einen Rabatt in Höhe von 10 %.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Die Teilnahmegebühr zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer ist sofort nach Erhalt der Rechnung zur Zahlung fällig. Stornierungen von Buchungen sind bis zwei Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- (zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer) möglich; bis 1 Woche vor Veranstaltungsbeginn wird 50 % der Teilnahmegebühr, danach die volle Teilnahmegebühr fällig. Die Stornoerklärung bedarf der Schriftform. Die Benennung eines Ersatzteilnehmers ist zu jedem Zeitpunkt kostenfrei möglich. Die Kombination von Rabatten ist ausgeschlossen. Bei Seminarabsagen durch den Veranstalter wird die gezahlte Gebühr voll erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Gerichtsstand ist Heidelberg.

AKADEMIE HEIDELBERG VERANSTALTUNGSTICKET

Reisen Sie günstig mit der Deutsche Bahn AG zum Seminar: Von jedem DB-Bahnhof – auch mit dem ICE! Weitere Informationen zu Preisen und zur Ticketbuchung erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung oder sofort unter www.akademie-heidelberg.de/bahn

Die Bahn 

AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH

Maaßstraße 22
D-69123 Heidelberg
Telefon 06221 / 65033-0
Telefax 06221 / 65033-29
info@akademie-heidelberg.de
www.akademie-heidelberg.de