

Seminaranmeldung

Rückantwort per Post an:
Colloquium Pharmaceuticum GmbH
Karlstr. 21, 60329 Frankfurt/Main.
Rückantwort per Fax an:

Fax 0 69 / 25 56-12 52

Absender

Seminar _____

Seminarnummer _____

Titel, Name, Vorname _____

Firma _____

Abteilung _____

Position _____

Straße, Nr. _____

PLZ, Ort _____

Telefon _____

Telefax _____

E-Mail _____

Bitte nehmen Sie mich in den Prospektverteiler von Colloquium Pharmaceuticum auf und senden Sie mir gezielt Seminarinformationen zu folgenden Themenkreisen:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Arzneimittelrechtliche Themen | <input type="checkbox"/> Persönlichkeitstraining für Frauen |
| <input type="checkbox"/> Arzneimittelüberwachung | <input type="checkbox"/> Presse- und Öffentlichkeitsarbeit |
| <input type="checkbox"/> Ausland | <input type="checkbox"/> Qualitätssicherung |
| <input type="checkbox"/> Biotechnologie | <input type="checkbox"/> Tierarzneimittelrecht |
| <input type="checkbox"/> Forschung und Entwicklung | <input type="checkbox"/> UAW's, Pharmakovigilanz |
| <input type="checkbox"/> Gesundheitspolitik und Unternehmensentwicklung | <input type="checkbox"/> Werbung und Marketing |
| <input type="checkbox"/> Herstellung | <input type="checkbox"/> Zulassung und Nachzulassung |
| <input type="checkbox"/> Klinische Forschung | <input type="checkbox"/> Seminare für Assistenten und Sekretariatsmitarbeiter der pharmazeutischen Industrie |
| <input type="checkbox"/> Managementberatung | |
| <input type="checkbox"/> Medizinprodukte | |

Bitte streichen Sie mich aus dem Verteiler von Colloquium Pharmaceuticum

Bitte senden Sie mir den monatlichen Newsletter per E-Mail

14.00 Uhr "Human Interest Stories"

- Die Macht der Gefühle: Warum die emotionale Ansprache so wirkungsvoll ist
- Wo Sie die wirklichen Geschichten finden: Fragen und zuhören
- Wirkt immer: Wirkliche Menschen, wirkliche Probleme, wirkliche Lösungen
- Wie Sie eigene Anekdoten gekonnt einsetzen

Erfolgreich durch Testen mit Hilfe des Außendienstes

- Optimieren von Maßnahmen: Schnelligkeit zählt
- Pilotprojekte: Welche Fehler Sie vermeiden sollten
- Wirkung maximieren durch Ausprobieren
- Wie prüfen Sie am schnellsten, welche Version die beste ist?

Wie überzeugen Sie den Außendienst von Ihrer Marketingstrategie?

- Wie motivieren Sie durch finanzielle und andere Anreize?
- Wie stellen Sie den Nutzen für den Vertrieb am besten heraus?
- Der Wettbewerbsvorteil: Wie machen Sie Produkte leichter vertreibbar?
- Wie stärken Sie das Vertrauen in Ihre Aussagen?

15.30 Uhr Kaffeepause

15.45 Uhr Wie Sie die elektronischen Medien für Ihre Zwecke einspannen

- Welche drei Punkte Sie bei elektronischen Newslettern beachten sollten
- Wie Sie den Außendienst auf Ihre Intranetseite lenken
- Wie Sie den Außendienst bei Mailings an den Arzt einbeziehen
- Wie Sie Ihre externe Website viel besuchter machen

Erfolgreiche Markenführung

- Wie überzeugen Sie den Außendienst von Ihren Branding-Richtlinien?
- "Langweilig für den Arzt" heißt oft nur "Langweilig für den Mitarbeiter"
- Kontinuität: Von Beginn an Einklang beim Vokabular
- Welche fünf Worte soll der Außendienst auf jeden Fall gesagt haben?

Fünf goldene Regeln für Ihren Erfolg

ca. 17.00 Uhr Ende des Workshops

(Programmänderungen vorbehalten)



Den Außendienst effektiver machen

- Wie Produktmanager den Außendienst wirkungsvoller in ihre Marketingaktivitäten einbinden -

INTENSIO-WORKSHOP

**27. Juni 2006 und
31. Oktober 2006
Frankfurt am Main**

Colloquium Pharmaceuticum

Das Programm

<p>Teilnehmerkreis</p> <p>Das Seminar ist speziell für Mitarbeiter der Bereiche Marketing und Produktmanagement der Pharma-Industrie entwickelt worden, die zur Umsatzstärkung den Außendienst effektiver in ihre Marketingstrategien integrieren wollen.</p>	<p>Termine</p> <p>27. Juni 2006, 10.00 - 17.00 Uhr und 31. Oktober 2006, 10.00 – 17.00 Uhr</p>	<p>ab 09.00 Uhr</p> <p>Empfangskaffee und Registrierung der Teilnehmer</p>	
<p>Teilnehmerzahl</p> <p>Um einen intensiven Austausch mit Referenten und Teilnehmern zu gewährleisten, ist das Seminar auf 15 Teilnehmer begrenzt.</p>	<p>Ort</p> <p>Dorint Sofitel Savigny Frankfurt Savignystr. 14-16 60325 Frankfurt am Main Telefon 0 69 / 75 33-0 Telefax 0 69 / 75 33-175</p>	<p>10.00 Uhr</p> <p>Begrüßung der Teilnehmer und Einführung in die Thematik</p>	<p>Kooperation zwischen Produktmanagement und Außendienst</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spannungsfelder, Scheinwelten und heimliche Spielregeln • Schlüsselfaktoren für eine reibungsarme Zusammenarbeit • Bessere Verzahnung durch Schnittstellenmanagement • Strategien zur Lösung und zum Nutzen von Synergien
<p>Seminarziel</p> <p>Der Pharma-Außendienst wird - trotz erschwelter Rahmenbedingungen - auch in Zukunft das wichtigste (und teuerste) Instrument bei der Vermarktung verschreibungspflichtiger Arzneimittel sein. In diesem Intensiv-Workshop erarbeiten Sie mit den beiden praxiserfahrenen Referenten, wie Sie eine effektivere Kooperation zwischen Produktmanagement und Außendienst sicherstellen. Das Seminar zeigt Ihnen, wie Sie erreichen, dass Ihre Marketingpläne wirksam in der Arztpraxis umgesetzt werden.</p>	<p>Gebühr</p> <p>€ 619,00 (zzgl. ges. MwSt.) einschließlich Tagungsunterlagen, Arbeitsessen und Kaffeepausen, zahlbar nach Rechnungserhalt.</p>	<p>11.30 Uhr</p> <p>Kaffeepause</p>	<p>Marketing im eigenen Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie Sie Ihren Einfluss durch abgesprochene Aktionen stärken • Marketing und Außendienst als kostenlose wechselseitige Berater • Mit welchen Maßnahmen Sie den Außendienst leichter ins Boot holen • Wie Sie sich gemeinsam die Unterstützung der Geschäftsleitung sichern
<p>Referenten</p> <p>Dr. med. Günter Umbach von Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner arbeitet als Trainer und Berater für Marketing-Mitarbeiter der europäischen Pharma-Industrie. Er hat Erfahrungen als Marketing Manager und Team Leader für ein Milliarden-Euro-Produkt sowie als Fakultätsmitglied eines europäischen Management-Zentrums. Er ist Mitglied der Professional Expert Groups Business Coaching and Consultants der amerikanischen National Speakers Association. Sein Buch über Pharma-Marketing erscheint 2006. Mehr auf www.umbachpartner.com.</p> <p>Herr Rüdiger Beckmann sammelte als Vertriebsmitarbeiter in mehreren Pharma-Unternehmen Erfahrung in Außendienst und Außendienst-Steuerung. Seit 1996 arbeitet er als selbständiger Pharmareferent und Vertriebs-Coach für unterschiedliche Firmen der Pharma-Industrie.</p>	<p>Frühbucher 27. Juni 2006 (06-67)</p> <p>Bei Anmeldungen, die bis zum 26. Mai 2006 bei uns eingehen, reduziert sich die Gebühr um ca. 10 % auf € 557,00 (zzgl. ges. MwSt.)</p> <p>Frühbucher 31. Oktober 2006 (06-68)</p> <p>Bei Anmeldungen, die bis zum 29. September 2006 bei uns eingehen, reduziert sich die Gebühr um ca. 10 % auf € 557,00 (zzgl. ges. MwSt.)</p> <p>Stornierungsbedingungen</p> <p>Seminarvorbereitung und -organisation sind arbeits- und kostenintensiv. Bitte haben Sie Verständnis, wenn wir bei Ihren Absagen Bearbeitungsgebühren berechnen müssen: bis zwei Wochen vor Seminarbeginn berechnen wir € 55,00, bis eine Woche vor Seminarbeginn berechnen wir die halbe Seminargebühr, spätere Absagen berechnen wir mit der vollen Seminargebühr (jeweils zzgl. ges. MwSt.), wenn nicht ein Ersatzteilnehmer benannt wird. Im Falle einer Stornierung durch den Veranstalter werden bereits gezahlte Gebühren in voller Höhe zurückerstattet.</p>	<p>11.45 Uhr</p> <p>Worte als Verkaufsinstrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie Sie vor dem Außendienst überzeugender präsentieren • Zauberworte bzw. Power Words, Superlative und Stacheldrahtwörter • Wie Sie prägnanter und klarer formulieren • Welche negativen Worte können Sie durch positiver klingende ersetzen? 	<p>Auswahl der richtigen ärztlichen Zielgruppe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriterien der Ärzteselektion für den Außendienst • Welches ist die richtige Besuchsfrequenz bei Ärzten? • Wie vermeiden Sie das "Gießkannenprinzip" bei Arztbesuchen? • Gibt es Ärzte, die man nur einmal im Leben besuchen sollte?
<p>Unser Service für Sie</p> <p>Im Vorfeld können Sie spezielle Fragen an die Referenten richten, die dann im Seminar besprochen werden. Bitte senden Sie Ihr E-mail an umbach@umbachpartner.com</p>	<p>Seminarnummern</p> <p>06-67 (27. Juni 2006) 06-68 (31. Oktober 2006)</p> <p>Zimmerreservierung</p> <p>Für Teilnehmer dieser Seminare stehen im Dorint Sofitel Savigny Frankfurt begrenzte Zimmerkontingente zu Sonderkonditionen bis 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung (27. Juni 2006: € 150,00 inkl. Frühstück; 31. Oktober 2006: € 138,00 inkl. Frühstück). Nehmen Sie die Reservierung bitte direkt im Hotel unter Hinweis auf die Veranstaltung vor.</p> <p>Anmeldungen und Auskünfte</p> <p>Colloquium Pharmaceuticum GmbH Telefon: 0 69 / 25 56-12 63 Telefax: 0 69 / 25 56-12 52 E-Mail: info@coll-pharm.de Homepage: www.coll-pharm.de</p> <p>Mobiltelefon-Service</p> <p>Am Tag der Veranstaltung nehmen wir gerne unter der Nummer 01 72 / 6 55 16 35 Nachrichten für Sie entgegen.</p>	<p>13.00 Uhr</p> <p>Mittagspause</p>	<p>Wie schreiben Sie Texte, die der Außendienst liest?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der rote Faden: Konzentrieren auf das Wesentliche • Wie erreichen Sie KISS = Keep It Simple and Stupid? • Das Freitagnachmittag-Email • Woran erkennen Sie, dass Sie die richtige Überschrift gewählt haben? <p>Wie gestalten Sie Folder, die der Außendienst erfolgreich einsetzt?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie Sie durch Layout und Schrifttyp Ihre Botschaft verstärken • Welches ist die beste Art, Dinge hervorzuheben? • Fünf Tipps für eine bessere Lesbarkeit • Wie Sie den Betrachter sofort seinen Vorteil erkennen lassen