

Crash-Kurs für Einsteiger!



# Erfolgreiches Produktmanagement im Pharma-Marketing

Wie vermarkte ich verschreibungspflichtige Arzneimittel  
gewinnbringend im deutschsprachigen Markt?

Zwei Tage,  
die sich lohnen!

- Grundlagen des  
Pharma-Marketing
- Marketingplan entwickeln und umsetzen
- Branding: Aufbau und Pflege einer Marke
- Effektiver Marketing-Mix
- Erfolgreiche Umsetzung



Referent:

**Dr. med. Günter Umbach**  
Healthcare Marketing  
Dr. Umbach & Partner

20.-21. Januar 2005 in Frankfurt

## Teilnehmerkreis

Fachkräfte aus der Pharma-Industrie, die sich auf das Pharma-Marketing vorbereiten oder neu ernannte Product Manager, Junior Product Manager und Sachbearbeiter.

## Teilnehmerbegrenzung

### Begrenzt auf 20 Teilnehmer!

Die Teilnehmerbegrenzung ist die Grundlage einer sinnvollen Fortbildungskonzeption. Sie gewährleistet eine intensive Aussprache und damit eine praxisnahe und umfassende Information sowie das Eingehen auf individuelle Interessen der Teilnehmer.

## Der Vorteil für Sie und Ihr Unternehmen

- Sie aktualisieren Ihr Marketing-Wissen.  
→ Ihr Unternehmen macht die Produkte für den Außendienst leichter vertreibbar.
- Sie entwickeln leichter innovative Marketingstrategien.  
→ Ihr Unternehmen bietet zukunftsweisende Lösungen an.
- Sie verwirklichen Ihre Marketing-Strategien effektiver.  
→ Ihr Unternehmen schöpft das Umsatzpotential der Produkte besser aus!

**Erfolg  
ist planbar!**

## GRUNDLAGEN DES PHARMA-MARKETING

- Einfluss der Unternehmenskultur auf den Unternehmenserfolg
- Ziel der Marketingaktivitäten
- Strategisches und operatives Marketing
- Aufgaben des Produktmanagements
- Kundenorientierung
  
- Marktforschung
- Markt, Marktsegmentierung, Zielgruppen
- Marktchancen erkennen und nutzen
- Denken im strategischen Dreieck
  
- Kunden im Gesundheitsmarkt
  - Verschreibende Ärzte
  - Patienten
  - Patienten-Organisationen
  - Apotheker
  - Behörden
  - Andere

## Marketing-Konzepte

- Prä-Marketing
- Markteinführung (Launch Management)
- Lebenszyklus-Management
- Kooperationen und Lizenzen
- Health Economic and Outcome Research
- Marketing-Plan entwickeln

## PRAXIS DES PHARMA-MARKETING

- Markenführung bzw. Branding
- Eine Markenpersönlichkeit aufbauen
- Markenname
- Logo und Key Visuals
  
- Treue Kunden und Kundenbindungs-Programme
- Wahrnehmung
- Positionierung
- Unique Selling Proposition
- Die Macht von Bildern und Worten einspannen
  
- Marketing-Mix
- Einführung in die Marketing-Instrumente
- Place = Distribution
- Package = Verpackung
- Price = Preis
- Product = Produkt
- Promotion = Kommunikation

## Überzeugende Schreiben

- Inhalt
- Lay-out
- Schrifttype
- Visualisierungen

## Spezialteil: Risiko-Nutzen-Analyse

- Risiko-Abschätzung durch Quantifizierung von Wahrscheinlichkeiten
- Den kumulierten diskontierten Cash-flow berechnen
- Die Rolle des Net Present Value (NPV)
- Der erwartete Wert (Expected Value) und warum er so nützlich ist

## Spezialteil: Finanzbegriffe für Nicht-Finanzleute

- Absatz vs Umsatz
- Cash-flow vs Gewinn
- Return on investment
- Break-even-Analyse
- Beitrag Ihres Produktes zum Shareholder value
- Deckungsbeitrags-Rechnung

## Interne Kommunikation: Aktionen

### Externe Kommunikation: Aktionen

- Vorträge
- Teilnahme an wissenschaftlichen Kongressen
- Publikationen
- Meinungsbildner und Advisory Boards
- Neue Medien einschl. Internet
- Public Relations einschl. Laien- und Fachpresse
- Außendienst
- Klassische Werbung
- Zeitliche und inhaltliche Verzahnung der Komponenten

## Projektmanagement im Marketing

- Was können Sie zum Einhalten von Terminen beitragen?
- Das Freitagnachmittag-Email
- Erfolgreich durch Ausprobieren
- Persönliche Freiräume nutzen

## Synergien nutzen

- Den Nutzen von Agenturen und Consultants maximieren
- Marketing-Services frühzeitig einbinden
- Kooperation von Marketing und „Medical“
- Wie ich den Aussendienst effektiv unterstütze

## Fünf goldene Regeln für die erfolgreiche Umsetzung im Alltag

- Auf das Wesentliche konzentrieren („KISS it“)
- Motivation hochhalten
- Entwürfe testen und anpassen
- Zeitlinien beachten
- Ständig und stimmig kommunizieren

## Leiter des Workshops

### *Dr. Günter Umbach*

hat eine langjährige Berufspraxis in der pharmazeutischen Industrie, u.a. als Medical Director und als Marketing Director. Während seiner Tätigkeit in Marketing und Vertrieb war er u.a. für die weltweite Strategie eines Milliarden-Euro-Produktes verantwortlich.

Dr. Umbach ist ein gefragter Trainer und Consultant für Healthcare-Marketing und arbeitet seit 12 Jahren eng mit dem FORUM Institut zusammen.

## Ziel des Workshops

Dieser Crash-Kurs bietet eine systematische Einführung in das Marketing pharmazeutischer Arzneimittel. Wir vermitteln Ihnen zunächst die Grundlagen des Pharma-Marketing, um anschließend in die Praxis und das Tagesgeschäft des erfolgreichen Produktmanagements einzusteigen.

Nach Teilnahme am Kurs werden Sie in der Lage sein,

- Marktchancen zu erkennen und zu nutzen
- Marketingkonzepte zu entwickeln
- den Marketingmix optimal zusammenzusetzen
- Ihre Produkte erfolgreich im Markt zu führen
- Kunden zu gewinnen und zu binden.

## Zum Ablauf

Die Diskussion mit den Referenten ist ein wichtiger Bestandteil der Veranstaltung. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, die Referenten zu den angegebenen Themen direkt zu befragen und ihre Probleme vorzutragen. Neben vorgesehenen Diskussionen während der Veranstaltung ergeben sich vielfältige Möglichkeiten, untereinander Erfahrungen auszutauschen.

# Erfolgreiches Produktmanagement im Pharma-Marketing

Anmeldung  
Fax 0 62 21 / 500 555

## Anmeldeformular

Bitte kopieren und einsenden oder faxen an 0 62 21/500 555.

### Erfolgreiches Produktmanagement im Pharma-Marketing

20.-21. Januar 2005 in Frankfurt

Seminar-Nr. 05 01 250

Name

Vorname

Position

Firma

Straße

PLZ/Ort

Tel.

Fax

E-Mail:

Datum, Unterschrift

## So melden Sie sich an

### Anmelde-Information:

FORUM · Institut für Management GmbH  
Postfach 10 50 60 · D-69040 Heidelberg  
Tel.: 06221/500 502 (tel. Anmeldung möglich)  
Fax: 06221/500 555  
anmeldung@forum-institut.de  
www.forum-institut.de

### Zeiten:

1. Tag: 9.00 – 9.30 Uhr Registrierung  
und Begrüßungskaffee  
9.30 – 17.00 Uhr Seminar  
2. Tag: 9.00 – 16.00 Uhr Seminar

### Veranstaltungsort:

nh Hotel Frankfurt-City  
Vilbelerstraße 2 · 60313 Frankfurt  
Tel. 069/92 88 59-0 · Fax 069/92 88 59-100

### Gebühr:

€ 1.099,- (+ 16% MwSt.)

Die Gebühr beinhaltet eine umfangreiche Dokumentation,  
Mittagessen sowie Kaffeepausen und Seminargetränke.

**Auf Wunsch erhalten die Teilnehmer die elektronische  
Textversion der gezeigten Charts für Ihren persönlichen  
Gebrauch!**

### Zimmerreservierung:

Für FORUM-Teilnehmer steht ein **begrenzt**es Zimmer-  
kontingent im Tagungshotel zu Vorzugskonditionen zur  
Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt  
im Tagungshotel vor**, unter Berufung auf das FORUM-  
Kontingent und die

Seminarnummer 05 01 250

Anmeldung

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

Eine Stornierung der Anmeldung ist gegen eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- (+16% MwSt.) bis zwei Wochen vor dem jeweiligen Seminartermin möglich. Bei Stornierungen bis zu einer Woche vor Seminarbeginn wird die Hälfte der Seminargebühr, danach die volle Seminargebühr fällig, es sei denn, es wird ein Ersatzteilnehmer gestellt. Umbuchungen werden wie Stornierungen behandelt.

Bei Seminarabsagen durch den Veranstalter aus organisatorischen oder sonstigen Gründen wird die gezahlte Gebühr voll erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Zur Fristwahrung müssen Stornierungen schriftlich per Post oder Telefax, zu Händen der Abteilung Registrierung, eingehen. Erfüllungsort für alle Ansprüche ist der Sitz des Veranstalters. Gerichtsstand ist Heidelberg.

## Weitere Fragen? Gerne!

Für Ihre Fragen zum Intensivseminar  
und unserem gesamten Programm  
stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

### Dr. C. Michaela Gottwald

Bereichsleiterin Pharma  
Telefon 0 62 21-500 615  
oder  
m.gottwald@forum-institut.de

