

# Medizinprodukte Marketing-Diplom

Intensiv-Lehrgang für Ihr erfolgreiches Marketing –  
inklusive Erfolgskontrolle

## Themen

- Ergebnis – Marktchancen erkennen und effektiv nutzen
- Planung – Eine erfolgversprechende Strategie entwickeln
- Kommunikation – Wirkungsvolle Zielgruppenansprache
- Projektmanagement – Ihre Ziele Schritt für Schritt erreichen
- Lifecycle – Vom Market Access zum Patentablauf-Management

Von den Gründern des  
Pharma-Marketing-Diploms  
– jetzt auch speziell für  
Medizinprodukte-Produktmanager

## Ihre Experten



**Dr. Marc Esser**

co.faktor GmbH,  
Berlin



**Dr. Roland Schnurpfeil**

Bauerfeind AG,  
Zeulenroda-Triebes



**Dr. Günter Umbach**

– Lehrgangleiter –  
Healthcare Marketing  
Dr. Umbach & Partner,  
Bonn



**Otmar Wawrik**

Aesculap AG,  
Tuttlingen

## Lehrgangsleiter



**Dr. Günter Umbach**

Healthcare Marketing  
Dr. Umbach & Partner, Bonn

Dr. med. Günter Umbach hilft Führungskräften, effektiver Ergebnisse zu erreichen. Sie profitieren von seinen Erfahrungen in einer Start-up-Firma und in einem forschenden Healthcare-Unternehmen - als Produktmanager, Medical Director und Marketing Director. [www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com)

## Ziel des Lehrgangs

Dieser Lehrgang bietet Ihnen eine systematische Einführung in das Medizinprodukte-Produktmanagement. Sie trainieren, wie Sie Marktchancen erkennen und nutzen. Sie erhalten Tipps, wie Sie einen Marketingplan entwickeln und umsetzen. Sie erhalten Projektmanagement-Know how und lernen die Essentials der effektiven Kommunikation mit Ärzten und weiteren Stakeholdern. So gewinnen Sie Kunden, steigern Ihre Umsätze und stärken Ihre Marktposition.

## Teilnehmerkreis

Dieser Lehrgang richtet sich an (Junior)-Produktmanager der Medizinprodukte-Industrie, die Produktmanagement-Know-how erwerben und vertiefen wollen. Ebenso sind Medical Affairs-Mitarbeiter eingeladen zum Aufbau von Marketing-Know how. Erfahrenen Assistants ermöglicht der Lehrgang wertvolle Zusatzqualifikationen.

Um einen intensiven Austausch zu ermöglichen, ist die Teilnehmerzahl auf 20 Personen begrenzt.

## Methodik

Ihr Know-how wird auf lebendige Weise aktualisiert, vertieft und ergänzt:

- Pragmatisch: Konkrete Beispiele und Übungen
- Stimulierend: Neue Ideen und Anregungen
- Zielführend: Hinweise für schnelle Ergebnisse
- Praxisnah: Sofort anwendbares Wissen

## Diplom

Sie erhalten ein Diplom, das die erfolgreiche Teilnahme am Lehrgang bestätigt und als Nachweis der Qualifizierung dient. Voraussetzung ist eine bestandene Erfolgskontrolle am 3. Lehrgangstag.

## 27. November 2012 Grundlagen & Strategien



**Dr. Günter Umbach**

Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner,  
Bonn



**Otmar Wawrik**

Aesculap AG, Tuttlingen  
Senior Vice President Sales & Marketing

## Unternehmen

- Forschungs-, Produktions-, Qualitäts-, Kosten- oder Marketingorientierte Kultur?
- Erfolgskriterien: Relevante Leistungskenngrößen definieren

## Aufgaben des Marketings

- Operatives/strategisches Marketing
- Kundenorientierung
- Chancen im Markt erkennen und nutzen
- Kunden gewinnen: Anspruch und Realität
- WIN = Work It Now: Handeln als Erfolgsfaktor

## Kundenmanagement

- Kundentypen & Kundenwert
- Kundenprofile und CRM (Customer Relationship Management)
- Kundenbindung; Key Account Management

## Der Markt

- Trends im Gesundheitswesen, Potenziale, Marktdaten
- Marketing- und Vertriebsstrukturen
- Marktforschung; SWOT-Analyse

## Zielgruppen im Gesundheitsmarkt

- Ambulant oder stationär tätige Ärzte
- Medizintechniker; Kliniken und Krankenhäuser
- Einkaufsabteilung und Einkaufsorganisationen
- Sanitätshäuser; Patienten
- Kostenträger; weitere Kunden

## Wie baue ich effiziente Marketing- und Vertriebsstrukturen auf – Chancen & Fallstricke

## Marketing-Mix: Die Instrumente

- Place = Distribution
- Package = Verpackung
- Price = Preis
- Product = Produkt
- Promotion = Kommunikation

## Stärken Sie Ihren Stellenwert im Markt

- Produkteinsatz und Produktnutzen für Patienten, Kliniken/Volkswirtschaft
- Behandlungspfade am praktischen Beispiel
- Compliance und rechtskonformes Verhalten
- Zusammenarbeit mit Ärzten und Experten
- Umgang mit Key Opinion Leadern
- Schulungen und „User trainings“

## 28. November 2012 Marketing: erfolgreiche Umsetzung



**Dr. Günter Umbach**

Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner,  
Bonn



**Dr. Roland Schnurpfeil**

Bauerfeind AG, Zeulenroda-Triebes

Leiter Bauerfeind Akademie

### Finanzbegriffe für Nicht-Finanzleute

- ▮ Überblick über wirtschaftliche Ziele
- ▮ Absatz und Umsatz
- ▮ Cash-flow und Gewinn
- ▮ Return on Investment (ROI)
- ▮ Break-even-Analyse
- ▮ Deckungsbeitrags-Rechnung

### Dimension der Positionierung

- ▮ Wirksamkeit
- ▮ Verträglichkeit und Sicherheit
- ▮ Gebrauchstauglichkeit/Benutzerfreundlichkeit/Usability
- ▮ Preis
- ▮ „One-stop-shopping“ oder Kompatibilität
- ▮ After sales service

### Customer Relationship Management

- ▮ Daten erfassen, speichern, bereitstellen
- ▮ Kundenprofile erstellen
- ▮ Umgang mit den Kunden
- ▮ Zusammenarbeit mit dem Vertrieb
- ▮ Datenbanksysteme
- ▮ Hürden in der Praxis

### Projektmanagement im Marketing

- ▮ Ziele festlegen
- ▮ Aktionen planen, durchführen
- ▮ Follow up: Fortschritt überprüfen
- ▮ Was können Sie zum Einhalten von Terminen beitragen?
- ▮ Pilotprojekte: erfolgreich durch ausprobieren
- ▮ Persönliche Freiräume nutzen, Motivation hochhalten

### Market Access: Essentials

- ▮ Preisfindung
- ▮ Erstattungsfähigkeit stationär/ambulant
- ▮ Aufnahme ins Hilfsmittelverzeichnis
- ▮ Neue Untersuchungs- und Behandlungsmethoden (NUB-Verfahren)
- ▮ Ausschreibung und Vergabe

### Effektives Lebenszyklus-Management

- ▮ Rechtzeitige Planung
- ▮ Line Extensions
- ▮ Verbesserung von Technik bzw. Usability
- ▮ Synergien mit anderen Produkten

## 29. November 2012 Kommunikation: Marken, Texte, Kanäle



**Dr. Günter Umbach**

Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner,  
Bonn



**Dr. Marc Esser**

co.faktor GmbH, Berlin

Geschäftsführer

### Branding als Ziel wirkungsvoller Kommunikation

- ▮ Ein Markenbild schaffen und behalten
- ▮ Naming, Markenvokabular, Claims

### Wirkungsvoll texten: Die Grundlagen

- ▮ Grundlagen der Informationsvermittlung
- ▮ Linguistische Dimensionen der Verständlichkeit
- ▮ Mit Headlines, Power Positions Wirkung erzielen
- ▮ Stilsünden vermeiden

### Überzeugend kommunizieren in:

- ▮ Pressemitteilungen
- ▮ Broschüren, Mailings, Folder
- ▮ Patientenmedien; Gebrauchsanleitungen
- ▮ Kampagnen und Anzeigen; Internet

### Effektive Kommunikationskanäle wählen

- ▮ Wissenschaftliche Publikationen
- ▮ Veranstaltungen, Workshops, Kongresse, Medical Education
- ▮ Internet: Websites, Podcasts, Social Media
- ▮ Klassische Werbung; Öffentlichkeitsarbeit

### Zusammenarbeit mit Partnern optimieren

- ▮ Dienstleister und Agenturen
- ▮ Meinungsbildner und Advisory Boards
- ▮ Fachgesellschaften; Patientenorganisationen

### Events/Messen richtig vor- & nachbereiten

### Das Internet: Online-Session

- ▮ Die wahren Aufgaben einer Website
- ▮ Effektive elektronische Newsletter
- ▮ Verzahnung von Online- und Offline

### Goldene Regeln für effektive Umsetzung

- ▮ Mitarbeiter trainieren
- ▮ Entwürfe testen und anpassen
- ▮ Zeitlinien beachten; Leistungskenngrößen messen

**Abschlusstest zur Verfestigung  
des Gelernten**

Anmeldung unter  
anmeldung@forum-institut.de oder  
Fax +49 6221 500-555

## Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Lehrgang

**Medizinprodukte Marketing-Diplom**  
27. – 29. November 2012 in Bonn

Ich bin an weitergehenden Informationen über FORUM-Veranstaltungen interessiert und damit einverstanden, dass mir diese auch per E-Mail übermittelt werden.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

## So melden Sie sich an

### Anmelde-Information:

FORUM · Institut für Management GmbH  
Postfach 10 50 60 · D-69040 Heidelberg

**Anmelde-Hotline: +49 6221 500-501**

**Tagungs-Nr. 12 11 282**

### Internet:

[www.forum-institut.de](http://www.forum-institut.de)

### Termin/Veranstaltungsort:

27. – 29. November 2012 in Bonn  
Günnewig Hotel Bristol  
Prinz-Albert-Str. 2 · 53113 Bonn  
Tel. +49 228 2698-0 · Fax +49 228 2698-222

### Zeitplan:

1. Tag: 9.00 – 17.00 Uhr Lehrgang (ab 8.30 Uhr Registrierung)  
2. Tag: 9.00 – 17.00 Uhr Lehrgang  
3. Tag: 9.00 – 17.30 Uhr Lehrgang

### Gebühr:

€ 1.990,- (+ 19% MwSt.) inklusive umfangreicher Dokumentation, Arbeitssessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

### Anreise:

Sonderpreise unter: [www.forum-institut.de/bahn](http://www.forum-institut.de/bahn) 

### Zimmerreservierung:

Für FORUM-Teilnehmer steht ein begrenztes Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen im Tagungshotel zur Verfügung. Bitte beachten Sie, dass das Abruflkontingent für Veranstaltungsteilnehmer automatisch 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn verfällt. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel vor unter Berufung auf das Forum-Kontingent und die Tagungsnummer.

## Rückfragen und Informationen



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

### Dr. Henriette Wolf-Klein

Bereichsleiterin Pharma  
Tel. +49 6221 500-680  
[h.wolf-klein@forum-institut.de](mailto:h.wolf-klein@forum-institut.de)

## AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.12.2011), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter [www.forum-institut.de/agb](http://www.forum-institut.de/agb) eingesehen werden können.