

25. März 2010

Willkommen [Herr Christian Sachse](#)

## Was Ihnen "Social Media" bringen können



Die "Social Media" als elektronische Plattformen zum Austausch von Meinungen und Eindrücken gewinnen immer mehr Anhänger. Das spart Erfahrungen mit Medikamenten nicht aus. Health Care Marketing Dr. Umbach & Partner hat einige Tipps zusammengestellt, wie Pharmahersteller leichter verfolgen können, was Konsumenten und Patienten über Wirkungen und Nebenwirkungen ihrer Produkte und ihrer Mitbewerber ins Netz stellen.

Beispiele für soziale Plattformen sind Twitter, Facebook, Youtube und Blogs. Dort "unterhalten" sich die Nutzer, geben ungehemmt ihre Meinungen ab und können durchaus gegen eine Marke ätzen - oder sie auch anpreisen.

In den USA sind auch Pharma-Firmen in diesem Feld aktiv - laut "Pharma Marketing News" insbesondere Pfizer, Johnson und Johnson, Novartis, Bayer und Roche. In Deutschland ist die Sachlage etwas schwieriger wegen dem Heilmittelwerbegesetz. Aber Pharmaunternehmen müssen sich die Diskussion nicht entgehen lassen.

### 3 Tipps fürs "Zuhören":

#### 1. Google Alerts

Richten Sie einen Benachrichtigungs-Service ein:

<http://www.google.de/alerts>

Sie erhalten automatisch ein Email zugesandt, wenn Online-Nachrichtenbeiträge zu Ihren Begriffen veröffentlicht werden.

Relevante Stichworte können beispielsweise sein:

der Name Ihres Produktes, der Name Ihrer wichtigen Mitbewerber oder die Indikation.

#### 2. Twitter

Richten Sie einen Benachrichtigungs-Service:

<http://search.twitter.com>

Geben Sie hierzu den gewünschten Suchbegriff ein. Auf der nächsten Seite können Sie (neben der Wahl der Sprache) einen sogenannten RSS-Feed für das Suchergebnisses abonnieren. Klicken Sie dazu oben rechts auf "Feed for this query". Wählen Sie auf der nächsten Seite, wie Sie die Resultate erhalten möchten ("Feedreader").

#### 3. Google Blog Search

Sie können auf <http://blogsearch.google.de> einen RSS-Feed zu Ihrem Suchbegriff abonnieren: Den gewünschten Suchbegriff eingeben und wählen, ob Sie nur in deutschen Blogs oder weltweit suchen möchten. Bei den Suchergebnissen finden Sie links unter "Übermitteln" einen Link "RSS", wo Sie wiederum den von Ihnen gewünschten "Feedreader" auswählen.

05.03.10

**Aktion:  
Wahl zur  
Anzeige  
des Monats**

- [Datenbanken](#)
- [Medien](#)
- [Agenturfinder](#)
- [Dienstleistungen](#)
- [Veranstaltungen](#)
- [Pharma-Websites](#)
- [Preismonitor](#)
- [Newsletter-Archiv](#)

### LOGOUT

- [Gesundheitswesen](#)
- [Personen und Daten](#)
- [Markt + Umfeld](#)
- [Kassen](#)
- [Firmen](#)
- [Agenturszene](#)
- [Arbeitshilfen](#)
- [Außendienst](#)
- [Dienstleistungen](#)
- [Pharmamarketing](#)
- [Das Grüne Rezept: ein nützliches Instrument](#)
- [Welchen Einfluss haben Anzeigen auf den Umsatz?](#)
- [„Kommunikationsleistungen werden in Zukunft noch intensiver und differenzierter sein“](#)
- [Frontal21 kritisiert Anwendungsbeobachtungen](#)
- [Online-Werbung legt zu](#)
- [Jahresbericht über Selbstkontrolle](#)
- [Pharmawerbung fällt öfter durch](#)
- [18. COMPRIX ausgeschrieben](#)
- [Lilly machts öffentlich](#)
- [Big Award für die besten Stellenanzeigen](#)
- [Studie Benchmarking Websites Pharma 2008](#)
- [Verlängerter Einsendeschluss beim Comprix](#)
- [Internet: Im Alltag von Ärzten fest verankert](#)
- [Wer nicht hören will, muss zahlen](#)
- [Was ist Pharmawerbung?](#)
- [Was Ihnen "Social Media" bringen können](#)
- [Editorial Brand Impact](#)
- [Gute Prognose für Online-Werbemarkt 2009](#)
- [Mehr Online-Werbeanzeigen wegen Krise?](#)
- [Studie Benchmarking Websites Pharma 2009](#)
- [BPI gegen Frontal21](#)
- [Public Relations](#)
- [Zielgruppen](#)
- [Medien](#)
- [Mediaanalysen](#)
- [Beruf + Karriere](#)

Der Newsletter vom PM-Report. Jeden Monat neu.  
Per E-Mail. Jetzt kostenlos bestellen. Einfach anklicken.

# PM-eReport