



Online-Seminar
19. | 20. | 21. und 23. April 2021 (4 Blöcke à 2 Stunden)

Social-Media-Kampagnen für MedTech- Unternehmen | B2B-Kommunikation zu Ärzten und Einkäufern

- > Targeting: Wo ist die Zielgruppe?
- > Ärzte-Communities
- > Pretests und A/B-Tests
- > Customer- und User-Journey
- > Leads und Conversions
- > Paid Media, Earned Media, Owned Media
- > Evaluation und Return of Investment (ROI)

Social-Media-Kampagnen für MedTech-Unternehmen | B2B-Kommunikation

19. | 20. | 21. und 23. April 2021

Übersicht

Zum Thema

Für die MedTech-Branche ist im Business-to-Business-Marketing insbesondere der Online-Channel eine komplexe Angelegenheit: Die Zielgruppen, vor allem Ärzte und Klinikeinkäufer, sind im Web schwer auszumachen. Und selbst wenn das gelingt, so kann man einen solchen Entscheider in aller Regel nicht sofort dazu bewegen, online einen Kauf abzuschließen.

Vielmehr bedeutet B2B-Marketing für MedTech-Unternehmen üblicherweise, dass zunächst Beziehungsmarketing im Vordergrund steht – der Aufbau einer langfristigen, vertrauensbildenden Kommunikation mit dem potenziellen Kunden. Die „Customer-Journey“ ist daher nicht nur lang, sie benötigt auch eine strategisch entsprechend klug konzipierte „User Journey“, auf der jeder Nutzer durch die Online-Präsenzen des Unternehmens geleitet wird.

Voraussetzung für erfolgreiche Kampagnen im B2B-Bereich sind der versierte Einsatz verschiedener Methoden des Targetings, Inhalte mit maximalem Mehrwert sowie eine intensive Vernetzung zwischen Unternehmen und Kunden. Und nur eine qualifizierte Evaluation ermöglicht Skalierbarkeit und Optimierung von Kampagnen.

Dieses Wissen vermittelt dieses MedInform-Seminar, das speziell auf die Bedürfnisse von Unternehmen der Medizintechnologie-Branche zugeschnitten ist und anhand von diversen Beispielen Kampagnen von MedTech-Unternehmen analysiert.

Schwerpunkte

- > Wo ist die Zielgruppe und wie kann man sie erreichen?
- > Lead und Conversion: Wie der User zum Kunden wird
- > Planung der eigenen Maßnahmen
- > Evaluation und ROI

Das Online-Seminar ist praxisorientiert konzipiert. Es besteht die Möglichkeit, das vermittelte Wissen im Rahmen von praktischen Übungen mit Hausaufgaben-Charakter unmittelbar anzuwenden und während des Online-Seminars auszuwerten.

Ziele

Das Seminar zeigt in kompakter und verständlicher Form, wie Customer- und User-Journeys in Marketing-Kampagnen für Ärzte und Klinikeinkäufer konzipiert werden und wie potenzielle Kundschaft zur Vernetzung bewegt werden kann. Denn nur so ist eine kontinuierliche und intensive Kommunikation möglich, um Vertrauen aufzubauen – und ein Produkt, eine Marke oder ein Unternehmen zum Partner von Ärzten oder Klinikeinkäufern werden zu lassen.

Ziel des Seminars ist es, dass die Teilnehmer in die Lage versetzt werden, einen erfolgreichen Online-Channel im B2B-Marketing zu konzipieren.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter in Stabsstellen, Produktmanagement, Marketing und Assistenzbereichen von kleinen und mittelständischen Unternehmen der MedTech-Branche, die über keine eigene Kommunikationsabteilung verfügen.

Referent

- > **Ralf-Thomas Hillebrand**
Inhaber und Geschäftsführer
politik & internet – Konzepte für die politische Online-Kommunikation | Berlin

Moderation

- > **Carol Petri**
Referent Kommunikation und Prozessmanagement
Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed) | Berlin

Seminarbetreuung

- > **Heike Bullendorf**
Leiterin BVMed-Akademie
Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed) | Berlin

Social-Media-Kampagnen für MedTech-Unternehmen | B2B-Kommunikation

19. | 20. | 21. und 23. April 2021

Programm

19. April 2021 | 13:30 – 16:00 Uhr

Modul 1

- 13:30 Uhr Teilnehmer-Registrierung und Technik-Check
- 13:45 Uhr **Begrüßung, Vorstellung und Erwartungen der Teilnehmer**
- 14:00 Uhr **Wo ist die Zielgruppe und wie kann man sie erreichen?**
- > Die Social-Media-Analyse: Wie man die Zielgruppen findet.
 - > Verschiedene Methoden des Targetings: Wie man die Zielgruppen gezielt und ohne teure Streuverluste anspricht.
 - > Die Funktionalität Sozialer Medien: Organische Reichweite vs Paid Media. Die Modelle von Customer und User Journey. Wie wird ein Post reichweitenstark?
- 15:45 Uhr **Vorstellung und Zielstellung »Hausaufgabe«**
- 16:00 Uhr Ende Modul 1

20. April 2021 | 10:00 – 12:00 Uhr

Modul 2

- 09:50 Uhr Teilnehmer-Check-in
- 10:00 Uhr **Auswertung »Hausaufgabe« | Modul 1**
- 10:30 Uhr **Lead und Conversion: Wie der User zum Kunden wird**
- > Beziehungsmarketing mittels Contentmarketing: Warum Utility so wichtig ist. Aufbau von Kampagnen-Leads, Owned Media, Call-to-Actions und Touchpoints in der Offline-Welt
 - > Beispiele: Wo Fallstricke lauern
- 11:45 Uhr **Vorstellung und Zielstellung »Hausaufgabe«**
- 12:00 Uhr Ende Modul 2

21. April 2021 | 10:00 – 12:00 Uhr

Modul 3

- 09:50 Uhr Teilnehmer-Check-in
- 10:00 Uhr **Auswertung »Hausaufgabe« | Modul 2**
- 10:30 Uhr **Planung der eigenen Maßnahmen**
- > Eigener Content, eigene Plattformen? Schwierigkeiten in der Plattformökonomie | Ansätze zu wertvollerem Content
 - > Einkaufsgemeinschaften: Szenario einer Kampagne mit Konzeption von Persona, User Story und User Journey(s) für Einkäufer
- 11:45 Uhr **Vorstellung und Zielstellung »Hausaufgabe«**
- 12:00 Uhr Ende Modul 3

23. April 2021 | 10:00 – 12:15 Uhr

Modul 4

- 09:50 Uhr Teilnehmer-Check-in
- 10:00 Uhr **Auswertung »Hausaufgabe« | Modul 3**
- 11:00 Uhr **Evaluation und ROI**
- > Durchführung, Evaluation und Optimierung der Kampagne: Pre-Tests, A/B-Tests, Kampagnenmanager von Sozialen Medien, Cost-per-Click, Cost-per-Lead
- 12:00 Uhr **Reflexion des Seminars**
- 12:15 Uhr Ende des Seminars

Anmeldung bis 16.04.2020
online | www.bvmed.de/b2b2021

Die Teilnahme ist nur nach vorheriger Anmeldung möglich, für die Sie eine Anmeldebestätigung per E-Mail erhalten.

Einwahldaten

Die Zugangsdaten werden den Teilnehmern zwei Tage vor Durchführung des Seminars per E-Mail übermittelt.

Teilnahmegebühr

420,00 Euro pro Person zzgl. gesetzlicher MwSt. Inbegriffen sind die Veranstaltungsunterlagen. Die Teilnahmegebühr wird nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug fällig.

Veranstalter

BVMed-Akademie
c/o Bundesverband Medizintechnologie e. V.
Reinhardtstraße 29 b, 10117 Berlin
Tel. | +49 30 246255-0
www.bvmed-akademie.de

Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist bis spätestens fünf Werktage vor Seminarbeginn möglich.

Die BVMed-Akademie behält sich den Wechsel von Dozenten und/oder Verschiebungen bzw. Änderungen im Programmablauf vor. Muss eine Veranstaltung aus Gründen, die die BVMed-Akademie zu vertreten hat, ausfallen, so werden lediglich bereits gezahlte Teilnahmegebühren erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.