



Online-Seminar
11. November 2021

Einführungsseminar
**Online-Kommunikation als Teil des
Marketing-Mix in der MedTech-Branche**

- > Online-Marketingstrategie
- > User Journey planen
- > Traffic einkaufen
- > Newsletter-Marketing
- > Content-Usability
- > Abmahnrisiken vorbeugen

Online-Kommunikation als Teil des Marketing-Mix in der MedTech-Branche

11. November 2021 | Online-Seminar

Übersicht

Zum Thema

Professionelle Online-Kommunikation spielt für die Unternehmen der MedTech-Branche eine immer wichtigere Rolle. Die Zielgruppen im Marketing reichen von Patienten, Ärzten und anderen Anwendern über Kostenträger bis hin zu Einkäufern. Sie alle sind zunehmend online aktiv und vor allem im Beziehungs-Marketing auch online erreichbar. Auch kleine und mittelständische Unternehmen der MedTech-Branche müssen deshalb ihre Marketing-Strategien anpassen und der Online-Kommunikation dabei einen wachsenden Stellenwert zukommen zu lassen.

Die Vielfalt der Online-Kommunikation als Teil des Marketing-Mixes eines MedTech-Unternehmens ist heute nahezu unüberschaubar groß. Wie können Unternehmen eine differenzierte Auswahl geeigneter Online-Instrumente treffen, die ihrer Zielgruppe entsprechen? Wie können sie ihre Botschaften treffsicher platzieren? Welche Basics sollten in der Online-Kommunikation beachtet werden? Wo liegen die Chancen und Risiken für Unternehmen? Wie sind die rechtlichen Rahmenbedingungen?

Diese Fragen beantwortet das Einführungsseminar, das speziell auf die Bedürfnisse von Unternehmen der Medizintechnologie-Branche zugeschnitten ist.

Ziele

Das Seminar führt in kompakter und verständlicher Form in die wichtigsten Bausteine einer erfolgreichen Online-Kommunikation ein - zugeschnitten auf die Mitarbeiter von Unternehmen der Medizintechnologie und mit hohem Praxisgehalt. Ziel ist es, den Teilnehmern die Grundlagen, Instrumente und Methoden zu vermitteln. Im Zentrum steht dabei der professionelle Einsatz der Online-Kommunikation im Marketing.

Schwerpunkt sind vor allem die Strategieentwicklung und die Methodik in der Konzeption einer User Journey für alle Zielgruppen. Den Teilnehmern werden daher vor allem konzeptionelle Tools vermittelt und häufige Schwachpunkte von Websites und ihren Inhalten erläutert.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter in Stabstellen, 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

- > **Lisa Gericke**
Referentin BVMed-Akademie
Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed) | Berlin

Online-Kommunikation als Teil des Marketing-Mix in der MedTech-Branche

11. November 2021 | Online-Seminar

Programm

Modul 1 | 10:00 – 12:30 Uhr

- 09:45 Uhr Teilnehmerregistrierung und Technik-Check
- 10:00 Uhr **Vorstellungsrunde / Erwartungen der Teilnehmer**
- 10:20 Uhr **Grundlagen des Online-Marketings**
- > Entwicklung einer Online-Strategie
 - > Von der Customer Journey bis zum Use Case: Ausrichtung der Website auf die Marketing-Strategie
 - > Mit User Story und Persona antizipieren, was den Nutzer interessiert
 - > User Journey: Beziehungsmarketing bedeutet voranzuplanen, dass der Besucher zurückkommt
 - > Use Case und Conversion Funnel: Tücken erkennen, bevor der Besucher aufgibt
- 11:00 Uhr **Online-Dialog**
- > Die vier Erfolgsfaktoren der Online-Kommunikation
 - > Online-Marketing: Traffic einkaufen und die Kosten im Blick behalten
 - > Newsletter-Marketing: Wie man einen Newsletter erfolgreich macht
 - > Social-Media- und andere unsichtbare Schnittstellen: Was jede MedTech-Website unbedingt benötigt
- 12:20 Uhr **Praxisteil I**
- Übung: Welche Inhalte empfinden die Zielgruppen als nützlich?
- 12:30 Uhr Ende Modul 1

Modul 2 | 14:00 – 16:30 Uhr

- 14:00 Uhr **Reflexion | Praxisteil I**
- Diskussion der Ergebnisse
- 14:40 Uhr **Usability**
- > Absprungraten und Content-Usability
 - > Onlinegerecht texten: Nachrichtenfaktoren und „Prinzip der umgekehrten Pyramide“
 - > Redaktionelles Training mit dem 5-Sekunden-Test
- 15:20 Uhr **Rechtlicher Rahmen und Abmahnrisiken**
- > Eine gute User Journey benötigt die Einwilligung des Nutzers
 - > Datenschutz, Cookies und Nutzungsbedingungen
- 15:40 Uhr **Praxisteil II**
- Übung: Dumm gelaufen - häufige gestalterische Fehler von Websites
- 16:00 Uhr **Offene Fragerunde**
- 16:30 Uhr Ende der Veranstaltung

Anmeldung bis 10.11.2021

online | www.bvmed.de/onlineSeminar2021

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

345,00 Euro pro Person zzgl. gesetzlicher MwSt. Inbegriffen sind die Veranstaltungunterlagen. 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.