

Die Unternehmen der
Medizintechnologie
www.bvmed.de



Online-Seminar
26. April 2022

Einführungsseminar **Erfolgreich im Marketing von MedTech-Unternehmen**

- > Wie Sie Ihre Chancen im Markt schneller erkennen und nutzen
- > Wie Sie Ihre Wettbewerbsvorteile deutlicher vermitteln
- > Wie Sie die richtigen Kunden gewinnen und binden
- > Wie Sie Ihre Kommunikation wirkungsvoller gestalten

:::: **BVMed**
Akademie

Erfolgreich im Marketing von MedTech-Unternehmen

26. April 2022 | Online-Seminar

Übersicht

Zum Thema

Als Mitarbeiter im Marketing oder Produktmanagement haben Sie eine Schlüsselrolle für den Erfolg Ihres Unternehmens. Die richtige Strategie entwickeln, Produktvorteile erkennen, formulieren und im Zusammenspiel mit Agenturen an Entscheidungsträger und Kunden kommunizieren – dies sind Fähigkeiten, die professionelle Produkt- oder Marketing-Manager kontinuierlich aktualisieren und ausbauen.

Schwerpunkte

- > Ziele, Markt und Bedarfsklärung
- > Prägnante Botschaften entwickeln
- > Marke prägen und Sinne ansprechen
- > Kanäle: Effektive Kommunikationswege nutzen
- > Customer Relationship Management (CRM)
- > Agieren gegenüber Einkäufern und Einkaufsgemeinschaften
- > Erfolgreiche Umsetzung in der Praxis

Ziele

Die Teilnehmer erhalten neue Impulse, direkt umsetzbare Anregungen und praktische Tipps, wie sie effektiver Kunden gewinnen, ihr Unternehmen erfolgreich stärken und ihren persönlichen Stellenwert verdeutlichen können.

Zielgruppe

Das Seminar wurde speziell für Fach- und Führungskräfte im Marketing von Unternehmen der Medizintechnologie entwickelt, die Ärzte, Patienten und Entscheider aus Krankenhäusern als Kunden gewinnen und binden möchten.

Referent

- > **Dr. med. Günter Umbach**
Gründer
Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner | Bonn

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

Ameldung bis 25.04.2022

online | www.bvmed.de/marketing2022

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

Veranstalter

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

Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr wird nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug fällig und beträgt pro Person zzgl. gesetzlicher MwSt.:

435,00 € | BVMed-Mitglieder
525,00 € | Nicht-Mitglieder

Einwahldaten

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

Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist bis spätestens 5 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.

Erfolgreich im Marketing von MedTech-Unternehmen

26. April 2022 | Online-Seminar

Programm

09:00 Uhr	Teilnehmer-Registrierung und Technik-Check	13:30 Uhr	Kanäle: Effektive Kommunikationswege nutzen (Teil 1) <ul style="list-style-type: none">> Experten: Meinungsbildner, Advisory Boards> Veranstaltungen: Vorträge, Workshops, Kongresse> Publikationen: Veröffentlichungen in Zeitschriften> Persönliche Kontakte: Netzwerk aufbauen> Digitalstrategie: Welche Punkte Sie beachten sollten> Effektive Webseiten: Aufgaben einer Online-Präsenz> Suchmaschinen: Google-Spitzenplatz erreichen> Online-Videos: Bewegtbild-Kommunikation> Social Media: Treffen Sie Ihre Kunden?> Newsletter: Ihr schneller direkter Draht zum Kunden
09:15 Uhr	Begrüßung, Einführung und Vorstellungsrunde	15:00 Uhr	Pause
09:30 Uhr	Ziele, Markt und Bedarfsklärung <ul style="list-style-type: none">> Unternehmensziele: Wohin wollen wir und welche Strategie haben wir?> Zielgruppen: Welche Relevanz haben Ärzte, Apotheker, Patienten, Krankenhäuser, Sanitätshäuser, Kostenträger, etc. für die Entscheidung zugunsten unserer Produkte?> Problem verstehen: Welches sind die unerfüllten offiziellen und persönlichen Bedürfnisse der Kunden? Prägnante Botschaften entwickeln <ul style="list-style-type: none">> Aufmerksamkeit: Interesse für Inhalte wecken> Positionierung: Klaren Eindruck vermitteln> Nutzen: Datenbasierte Lösung anbieten> Einzigartigkeit: Überlegenheit verdeutlichen> Beleg: Aussagen gut untermauern> Aktion: Zur Handlung motivieren	15:30 Uhr	Kanäle: Effektive Kommunikationswege nutzen (Teil 2) <ul style="list-style-type: none">> Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Medienpräsenz> Werbung: Fachanzeigen, Broschüren, Print-Mailings> Vertrieb: Außendienst, Key Account Manager> Externe Dienstleister: Mit Agenturen kooperieren> Multi-Channel-Marketing: Inhaltliche und zeitliche Verzahnung der Maßnahmen Agieren gegenüber Einkäufern und Einkaufsgemeinschaften <ul style="list-style-type: none">> Kontakte zu Entscheidern: Beziehungen vertiefen> Mit der Fachabteilung sprechen, bevor der "Einkauf" mitspielt> Umfassende, idealerweise einzigartige Lösungen anbieten> Die wahre Macht der Einkaufsabteilung abschätzen> Wie Sie bei Forderungen nach Rabatten vorgehen Erfolgreiche Umsetzung in der Praxis <ul style="list-style-type: none">> Motivation aller Beteiligten hochhalten> Bei der Implementierung Zeitlinien beachten> Entwürfe testen und an Feedback anpassen> Relevante Leistungskenngrößen messen
10:45 Uhr	Pause	16:45 Uhr	Reflexion des Seminars
11:15 Uhr	Marke prägen und Sinne ansprechen <ul style="list-style-type: none">> Produktname: Das Warenzeichen verbreiten> Treffendes Vokabular: Positive Worte wählen> Kernaussage: Wesentliches in einem Satz sagen> Drei Stichpunkte: Mit Bullet Points überzeugen> Relevante Ziffer: Wichtigste Zahl identifizieren> Lesefreundliches Schriftbild: Texte lesbar machen> Layout: Erprobte Seitenarchitektur wählen> Eindeutige Farbwahl: Markenfarbe verwenden> Diagramme: Gute Schaubilder verwenden> Professionelle Bilder: Stimmig visualisieren> Direkt Erlebbares: Den Kunden involvieren	17:00 Uhr	Ende des Seminars
12:30 Uhr	Pause		