

Die Unternehmen der
Medizintechnologie
www.bvmed.de



Online-Seminar
02. November 2022

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

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

⋮⋮⋮⋮ **BVMed**
Akademie

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

02. November 2022 | 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 Patient:innen, Ärzteschaft und anderen Anwender:innen über Kostenträger:innen bis hin zu Einkäufer:innen. 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:innen von Unternehmen der Medizintechnologie und mit hohem Praxisgehalt. Ziel ist die Vermittlung von Basiswissen, Instrumenten und Methoden. Im Zentrum steht dabei der professionelle Einsatz der Online-Kommunikation im Marketing.

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

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter:innen in Stabstellen, Produktmanagement, Marketing und Assistenzbereichen von kleinen und mittelständischen Unternehmen der MedTech-Branche, die über keine eigene Kommunikationsabteilung verfügen. Das Seminar ist somit für Anfänger:innen geeignet.

Referent

- > **Ralf-Thomas Hillebrand**
Inhaber und Geschäftsführer
Marketing · Strategie · Online | Berlin

Moderation

- > **Carol Petri**
Referent Mitgliederbeziehung, Projektsteuerung 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

02. November 2022 | 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 31.10.2022
online | www.bvmed.de/online-11-2022

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.:

360,00 € | BVMed-Mitglieder
435,00 € | 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 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.