

Übersicht

Zum Thema

Die Digitalisierung, die Internationalisierung der Märkte und der Wettbewerbsdruck haben einen großen Einfluss auf das Marketing eines Unternehmens. Produkt- und Marketingmanager:innen haben somit eine Schlüsselrolle für den Unternehmenserfolg. Die richtige Strategie entwickeln, Produktvorteile erkennen und im Zusammenspiel mit Agenturen an Entscheidungsträger:innen und Kundschaft kommunizieren – diese Fähigkeiten müssen kontinuierlich aktualisiert und ausgebaut werden.

Schwerpunkte

- > Segmentierung und Targeting
- > Positionierung
- > Von der Marketing- zur Kommunikationsstrategie
- > Marketingfunnel und SMARTER Ziele
- > Produktkommunikation und Markenkommunikation
- > Budget

Ziele

Der Online-Workshop zeigt die verschiedenen Schritte der Vermarktung von Produkten und Services, insbesondere die Schritte Segmentierung, Targeting, Positionierung, Kommunikationsstrategie und Promotion. Die Grundkonzepte für Mitarbeiter:innen im Marketing werden veranschaulicht. Zudem erhalten die Teilnehmer:innen hilfreiche, praktische und pragmatische Tipps für den Arbeitsalltag sowie zur Untermauerung der eigenen Position im Unternehmen.

Der Workshop ist praxisorientiert konzipiert. Im Rahmen eines Beispiel-Cases sollen festgefahrene Denkmuster durchbrochen, neue Ideen generiert und individuelle Lösungen für die Herausforderungen der Teilnehmer:innen gefunden werden.

Zielgruppe

Der Workshop wurde speziell für Fach- und Führungskräfte im Marketing von Unternehmen der Medizintechnologie entwickelt, die Ärzt:innen, Patient:innen und Entscheider:innen aus Krankenhäusern als Kundschaft gewinnen und binden möchten. Grundkenntnisse der Marketingkommunikation werden vorausgesetzt.

Referent:innen

- > **Julia Heitland**
Partnerin
SPIRIT LINK | Erlangen
- > **Heiko Pröger**
Geschäftsführer
SPIRIT LINK | Erlangen

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

Programm

08:50 Uhr	Registrierung und Technik-Check	13.30 Uhr	Reflexion in 2er-Gruppen
09:00 Uhr	Begrüßung, Einführung und Vorstellungsrunde	13:45 Uhr	Marketingfunnel und SMARTER Ziele: Intro inkl. Praxisübung anhand des Cases > Wie entwickelt man einen Marketingfunnel? > Was sind SMARTER Ziele?
09:15 Uhr	Was ist Marktorientierung? > Warum Marktorientierung erfolgreicher ist als Sales, Werbe- oder Produktorientierung	14:30 Uhr	Zusammenspiel Produktkommunikation und Markenkommunikation > Wie spielen kurzfristige Vertriebsaktivierungsmaßnahmen und langfristige Markenziele zusammen?
09:30 Uhr	Vorstellung eines fiktiven Produktes > Anhand einer Case-Study werden Produkt, Zielgruppen und Markt für spätere Übungen vorgestellt	14:50 Uhr	Reflexion/Fragen
09:40 Uhr	Segmentierung/Targeting inkl. Übungen anhand des Cases > Was ist Segmentierung und Targeting? > Wie segmentiert man einen Markt? > Wie wählt man das relevante Segment aus? > Was ist ein Segmentportrait?	15:00 Uhr	Pause
11:00 Uhr	Pause	15:15 Uhr	Von der Marketingstrategie zur Kommunikationsstrategie: Intro inkl. Praxisübung anhand des Cases > Wie kommt man von der Marketingstrategie zur Kommunikationsstrategie? > Entwicklung eines Kommunikationsplans > Reflexion
11:15 Uhr	Positionierung inkl. Übung anhand des Cases > Wie entwickelt man eine Positionierung? > Wie entwickelt man aus Produktvorteilen Kundenvorteile?	16:45 Uhr	Budget > Wie werden Budgets allokiert? > Welchen Wert hat Marketing?
12:15 Uhr	Reflexion des Vormittags	17:00 Uhr	Outro und Q&A
12:30 Uhr	Mittagspause	17:30 Uhr	Ende des Seminars

Ameldung bis 14.11.2022

online | www.bvmed.de/marketing-fallstudie-22

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 Teilnehmer:innen 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.