

Die Unternehmen der  
Medizintechnologie  
[www.bvmed.de](http://www.bvmed.de)



Einführungsseminar  
25. Juni 2024  
BVMed-Akademie | Berlin

## 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 Kund:innen gewinnen und binden
- > Wie Sie Ihre Kommunikation wirkungsvoller gestalten

**BV** MedAKADEMIE

# Erfolgreich im Marketing von MedTech-Unternehmen

25. Juni 2024 | Berlin

## Übersicht

### Zum Thema

Als Mitarbeiter:in 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 Kundschaft kommunizieren – dies sind Fähigkeiten, die professionelle Produkt- oder Marketing-Manager:innen 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:innen erhalten neue Impulse, direkt umsetzbare Anregungen und praktische Tipps, wie sie effektiver Kund:innen gewinnen, ihr Unternehmen erfolgreich stärken und ihren persönlichen Stellenwert verdeutlichen können.

### Zielgruppe

Die Veranstaltung richtet sich an Mitarbeitende im Marketing von Unternehmen der Medizintechnologie. Sowohl Mitarbeiter:innen mit wenig Erfahrung im Marketing, als auch erfahrene Mitarbeiter:innen, die ihr Wissen auffrischen und mit neuen Ideen ergänzen möchten, sind herzlich willkommen.

### Referent

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

### Seminarbetreuung

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

**Anmeldung** bis 18.06.2024  
online | [www.bvmed.de/marketing](http://www.bvmed.de/marketing)

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.  
Georgenstraße 24/25, 10117 Berlin  
Tel. | +49 30 246255-0  
[www.bvmed-akademie.de](http://www.bvmed-akademie.de)

#### Veranstaltungsort

BVMed-Akademie | 5. Etage  
Georgenstraße 24/25 | 10117 Berlin

#### Teilnahmegebühr

Inbegriffen sind Mittagessen, Tagungsgetränke sowie die Veranstaltungsunterlagen.

#### BVMed-Mitglieder

**541,45 € | pro Person | inkl. MwSt.**  
455,00 € | pro Person | zzgl. MwSt.

#### Nicht-Mitglieder

**624,75 € | pro Person | inkl. MwSt.**  
525,00 € | pro Person | zzgl. MwSt.

Fällig nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug. Rechnungslegung erfolgt nach Durchführung der Veranstaltung.

#### Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist bis spätestens 21 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

25. Juni 2024 | Berlin

## Programm

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