



# MedTech-Marketing | Theorie. Strategie. Praxis.

19. September 2024 | Berlin

## 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 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 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

### Seminarbetreuung

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

# MedTech-Marketing | Theorie. Strategie. Praxis.

19. September 2024 | Berlin

## Programm

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

### Ameldung bis 12.09.2024

online | [www.bvmed.de/marketing-fallstudie-24](http://www.bvmed.de/marketing-fallstudie-24)

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.