Kommunikation | Market Access & Medical | Marketing & Sales | Firmenseminare

Omnichannel Engagement Pharma Zertifikatslehrgang

Erfolgreiches Orchestrieren aller Kanäle im stark regulierten Pharma-Umfeld

Der digitale Trend prägt auch den Pharma-, Medtech- und Diagnostik-Alltag immer mehr. Es gilt, Zielgruppen auf mehreren Kommunikationskanälen zu erreichen und die verschiedenen Kanäle clever zu orchestrieren.

Wollen Sie Ihre Zielgruppe gezielt mit relevantem Content auf den passenden Kanälen ansprechen und impaktstarkes Customer Engagement etablieren? Die Customer-Experience verbessern und höhere Click-Raten bei Kampagnen und Kampagnen-ROI erzielen? Und das alles datenschutzkonform?

Der Omnichannel Engagement Pharma Zertifikatslehrgang bringt Ihr Wissen zum kundenzentrierten und kanaloptimierten Vorgehen auf den neusten Stand - inklusive aktuelle regulatorische und technologische Standards. Der exklusive Zertifikatslehrgang wurde in Zusammenarbeit mit erfahrenen Expert:innen aus der Pharma- und Medtech-Praxis entwickelt. Alle 6 Module sind auf die spezifischen Bedürfnisse der Pharma-, Medtech- und Diagnostik-Branche zugeschnitten.

Die 6 Module im Überblick

Wie triggere und begleite ich den Change?

Von der Segmentierung bis zur Messung und Optimierung
Der Lehrgang behandelt sämtliche Touchpoints des Omnichannel-Marketings wie Datenschutz, Persona, Segmentierung, Customer Journey, Engagement Strategy, Zusammenarbeit mit Agenturen, Key Messaging, Content und Channel Mix, KPI's und CX Messung

Konkrete Ansatzpunkte und Werkzeuge
Sie lernen Omnichannel-Marketing nicht nur theoretisch zu verstehen. Vielmehr erhalten Sie konkrete Werkzeuge, um das immense Potential von Omnichannel-Marketing in Ihrem Pharma- und Medtech-Alltag umzusetzen

Firmenübergreifender Austausch
Sie üben an praktischen Beispielen und diskutieren Ihre Erfahrungen Peer to Peer. Dabei vernetzen Sie sich über die Firmengrenze hinaus mit Gleichgesinnten und profitieren von einem hohen Wissensaustausch

Case Study
Vom „Kanalfrust" bis zur übergreifenden Omnichannel-Masterung: Sie bearbeiten eine Case Study und

Omnichannel Engagement Pharma Zertifikatslehrgang

Date

Modul 1:
jeudi 5 septembre 2024
09.00 - 15.00
Seminar
Trafo Baden Kultur und Kongresszentrum
Brown Boveri P. 1, 5400 Baden
Plan de situation & accès

Modul 2:
jeudi 19 septembre 2024
09.00 - 17.30
Seminar
Trafo Baden Kultur und Kongresszentrum
Brown Boveri P. 1, 5400 Baden
Plan de situation & accès

Modul 3:
vendredi 20 septembre 2024
09.00 - 17.30
Seminar
Trafo Baden Kultur und Kongresszentrum
Brown Boveri P. 1, 5400 Baden
Plan de situation & accès

Modul 4:
mardi 22 octobre 2024
09.00 - 17.30
Seminar
FOCUS Hotel
Industriestrasse 3, 6210 Sursee
Plan de situation & accès

Modul 5:
mercredi 13 novembre 2024
09.00 - 17.30
Seminar
Trafo Baden Kultur und Kongresszentrum
Brown Boveri P. 1, 5400 Baden
Plan de situation & accès

Modul 6:
jeudi 14 novembre 2024
09.00 - 17.30
Seminar
Trafo Baden Kultur und Kongresszentrum
Brown Boveri P. 1, 5400 Baden
Plan de situation & accès

Langue
Allemand

Type d'événement
Cours avec certificat

Coût par personne (hors TVA)
CHF 6'280.– (pour les membres de la shqa)
CHF 9'480.– (pour les non-membres)
In diesen Gebühren sind inbegriffen: Seminarunterlagen, Zertifikat, 4 Treffen der Omnichannel Community

wenden das Gelernte direkt an

Ihr Titel nach erfolgreichem Abschluss des Lehrgangs
Nach der Absolvierung sämtlicher Module erhalten sie das Zertifikat Zert. Omnichannel Engagement Pharma shqa

Fortbildungsziele

- Sie gewinnen Sicherheit rund ums Thema Datenschutz und kennen die wichtigsten gesetzlichen Bestimmungen.
- Sie erfahren, wie Sie eine optimale Omnichannel-Marketing-Strategie zur Maximierung des Kundenengagements entwickeln.
- Sie lernen, dass Personas und die richtige Segmentierung der Schlüssel für eine erfolgsentscheidende Beziehung mit Ihrer Zielgruppe sind.
- Sie optimieren die Customer Journey und entwickeln eine zielgerichtete Engagement Strategy.
- Sie lernen verschiedene digitale und analoge Kommunikationskanäle im Pharma-Umfeld kennen und nutzen diese clever und zielgruppengerecht für den passenden Content.
- Sie erkennen, über welche Kanäle Sie Ihre Zielgruppen am besten erreichen und wie ein optimaler Mix aus traditionellen und innovativen Touchpoints aussieht.
- Sie erfahren, worauf es bei der Zusammenarbeit mit Agenturen tatsächlich ankommt und wie sie diese erfolgreich gestalten.
- Sie wissen genau, welche Kennzahlen Sie für aussagekräftige Ergebnisse messen müssen und wie sie dabei konkret vorgehen.
- Nebenbei erweitern Sie Ihr persönliches Netzwerk mit Kolleginnen und Kollegen aus anderen Pharma-Unternehmen und erhalten von diesen neue Impulse und Inspirationen.

Die 4 C für Sie im Video von Julian Hohendorff, Lehrgangsleiter, zusammengefasst

CUSTOMER Mit wem interagieren wir?	CONTENT Welche Nachrichten senden wir?	CHANNEL Wo interagieren wir?	CAMPAIGN Wie bringen wir alles zusammen?
Wie… • bekommen wir ein tiefes Verständnis unserer Kundenpräferenzen und ihrem Verhalten? • erreiche personalized Customer Engagement?	Wie… • positionieren wir unsere Marke im Vergleich zum Wettbewerb mit unserem Content (promotional und non-promotional)? • passen wir unsere Messages an und personalisieren diese?	Wie… • sammele ich entlang der Customer Journeys Daten und nutze diese, um die höchsten Impact auf dem optimalen Kanal zu erzielen? • finde ich den richtigen Channel-Mix?	Wie: • Orchestriere ich Channel und Content, um das Kundenengagement zu maximieren? • etabliere Omnichannel Analytics mit den relevanten KPIs?
Richtiger Kunde	Richtige Message	Richtiger Ort und Zeit	Richtiger Mix

Ihr Nutzen

Je serai heureux de vous conseiller personnellement !

Petra Ackermann
+41 41 500 07 82
petra.ackermann@shqa.ch

Personnes de contact

Carla Roos
+41 41 500 07 83

Zielgruppen

Der Zertifikatslehrgang richtet sich an Professionals Pharma RX/OTC, Medtech:

- Brand / Product / Medical Manager
- Digital Leaders / Managers
- Chapter / Squad Leaders
- Kommunikationsverantwortliche
- Marketing-/Verkaufsleitung
- Commercial Excellence Leaders
- Sales Force Effectiveness Leaders /KAM
- Business Unit Heads

shqa Omnichannel Community

Austausch zwischen Omnichannel Practitoners im Vordergrund.

Mehrmals jährlich treffen sich Absolventinnen und Absolventen des Lehrganges "Omnichannel Engagement Pharma" zum Austausch eines praxirelevanten Omnichannel Thema.
Geleitet und moderiert werden die Treffen vom Lehrgangsleiter Julian Hohendorff.

Die ersten 4 Community Treffen innerhalb 24 Monaten nach Abschluss des Zertifikatslehrganges sind für Sie kostenfrei.

Mehr Informationen zu der Teilnahme gibt es während des Lehrganges.

Modules

Modul 1: Einführung und Kennenlernen, Rechtliches und Datenschutz

- Übersicht Zertifikatslehrgang: Teilnehmende, Termine und Erwartungen
- Die wichtigsten Bestimmungen und Gesetze rund um den Datenschutz
- Privacy by Design? So gelingt die erfolgreiche operative Umsetzung
- Spezifische Anforderungen an das elektronische Direktmarketing gesetzeskonform in der Praxis anwenden

Modul 2: Kunden kennen und verstehen

- Kundendaten – ein Überblick über die Wertschöpfungskette, Datenquellen sowie interne und externe Daten
- Kundensegmentierung: wichtige Do’s und Dont’s
- Optimale Anwendung von Segmentierungsmodellen: So geht’s
- Persona-Entwicklung inkl. Mythen und Beispiele
- Übung: So werden Personas entwickelt und kommuniziert
- Best-practice-Sharing Session mit Thomas Schlecht: Social Media in Pharma? Praxisbericht Aufbau LinkedIn Profil!
- Best-practice-Sharing Session mit Dr. med. Claude Cao: Simultation Persona-Research

Modul 3: Engagement Strategie entwickeln

- Von Daten zu Erkenntnissen: Nutzung von Daten zur Insights-Generierung
- Rechtliches zu Daten und deren Nutzung – Q&A
- Die Customer Journey: Rolle der Personas, Journey-Entwicklung und Focus Areas sowie Hilfsmittel

- Engagement-Strategie: Definition und Wichtigkeit
- Der Weg vom Brand Plan zum Omnichannel-Engagement
- Übung: von der taktischen Kampagnenplanung zur wirkungsvollen Engagement-Strategie

Modul 4: Marketing Technology / Digital Essentials

- Data Warehouse/Master Data Management, Customer Data Platforms
- Technologien rund um Visualisierung und Reporting sowie Advanced Analytics
- CRM, Marketing Automation Tools und Digital Asset Management
- Überblick Channel Platforms inkl. Newsletter-Tools und HCP-Portals
- Best-practice-Sharing Session mit Patrick Fischer: AI use cases

Modul 5: Das Kundenerlebnis gestalten

- Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Agenturen: Do's und Dont's
- Agenturkollaborationen und deren Auswirkungen
- Channel-Mix: vom Kanalüberblick über die Kanalpriorisierung bis zum Impact
- Content, Content, Content – von der Entwicklung, Key Messages bis zum Content Loop
- Best-practice-Sharing Session mit Patrick Fischer: Agenturzusammenarbeit
- Best-practice-Sharing Session mit Kerstin Theuerzeit: Marketplace 2.0: Best practice

Modul 6: Kennzahlen, messen und optimieren

- Content und Kanal zusammenbringen: So gelingt's inkl. Praxiscase
- Unterschiede zwischen Customer und User Journey
- Übung: Entwicklung einer User Journey
- Erfolgsmessung von KPIs entlang der User Journey mithilfe eines Performance Frameworks
- CX Messung: die Customer Experience unter der Lupe
- Best-practice-Sharing Session mit Bernhard Bürki

Conférenciers

Daniela Fábián Masoch
Attorney at Law & Privacy Expert
FABIAN PRIVACY LEGAL GmbH

Bernhard Bürki
Senior Manager, Digital Lead
Biogen Switzerland AG

Kerstin Beatrix Theuerzeit
Digital Lead Western Europe
Sanofi-Aventis (Schweiz) AG

Thomas Schlecht
Leiter Marketing
Biomed AG

Patrick Fischer
Senior Director Client Solutions
FFI Ventures GmbH

Julian Hohendorff
Geschäftsführer
Transform2Lead GmbH

fiche signalétique

Dr. med. Claude Cao
Head Medical Office Sanamea AG; CEO Medyoo AG
Sanamea AG