

Zusammenfassung Spezialgebiete Ruth Wolf

1. Online Marketing im Pharmabereich:

Dr. Google ist immer erreichbar und weiß alles! Jede **3. Suchanfrage** bei Google dreht sich um Gesundheitsthemen. Zielgruppenkonforme digitale Marketingkonzepte (SEM, SEO, SEA, gdn, Newsletter) sind mein Spezialgebiet. Die komplette **Planung der Online-Präsenz** (Firmen-Website, Produktseiten, Landingpages, Ratgeberseiten, Schulungsportale) inklusive der Steuerung der Agenturen. Medizinischen **Content** in die Sprache der Patienten übersetzen, online jederzeit verfügbar, über **SEO Optimierung** findbar - das ist u.a. eine wichtige Aufgabe im Pharma-Marketing. Hierzu ist eine klare Strukturierung, Formatierung und Verschlagwortung (**Keywords**) für das Auffinden in der Suchmaschine unabdingbar. Aber finden alleine genügt natürlich nicht! "**Call to Action**" kann z.B. Newsletter-Abo, Download von Infos oder Kauf... sein. Im Pharmabereich sind rechtliche Einschränkungen zu beachten und in die Konzepte zu integrieren. **E-commerce** erfordert Anpassungen an die für Arzneimittel vorgeschriebenen Vertriebs-Strukturen z.B Kooperationen mit Versand-Apotheken oder auch moderne **Click & Collect Modelle** mit lokalen Präsenzapotheken. Die vorher festgelegten **conversion**-Ziele müssen permanent über **Google Analytics** kontrolliert werden. Google Analytics bietet zudem eine hervorragende stündlich aktuelle **Gratis-Mafo** über Kundenverhalten und -Interessen. Diese Kundennähe ermöglicht eine optimale zielgruppenkonforme Produktkommunikation.

2. OTC-Marketing:

Entwicklung von Marketing Strategien, Positionierung im Wettbewerb, USP, Keymessages... Planung des **Marketingmix**: Direktmarketing, Onlinemarketing, Empfehlungsmarketing, Handelsmarketing, Direct-to-Customer-Marketing via **Print/TV/Hörfunk/online**, Messepräsenz, Schulungen, Außendienstunterstützung, Verkaufsförderung, **POS-Aktionen**...
Beispiel: Kampagne-OTC-Relaunch

3. Rx-Wissenschaftliches Marketing: International

Aufbereitung von **medizinisch-wissenschaftlichen Hintergrundinformationen** zum Arzneimittelportfolio und Umsetzung der Inhalte in Marketing-Materialien (Offline und Online). Kontrolle und textliche Freigabe von Gebrauchs- und Fachinfos, Packmitteln und Werbemitteln gemäß AMG und HWG. Initiierung und Betreuung von **NIV-Studien, AWB's, Poster und Publikationen**. Durchführung von **workshops und Schulungen** bei Fachärzten und Kliniken. Information, Aufklärung und Beantwortung von Anfragen von Ärzten, Apothekern, Medizin-Journalisten und Patienten.
Beispiel: Mukoviszidose Inhalation Tobramycin

4. Erstellung von Businessplänen: Zielsetzung, Umsatz- Absatzplanung, Preiskalkulationen, Marktanalysen, Investitionsplanung bezüglich Zulassungsstrategie, Klinischer Studien, Marketing- und Vertriebskosten, ROI-Betrachtungen, Risikoanalysen, 3 -5 Jahrespläne

5. Business-Development: Suche nach neuen Produkten, Vertriebspartnern oder Absatzkanälen, Verhandlung von Verträgen von Produkten und Zulassungen.

6. Key-Account-Management bei Kliniken und KOL's m Bereich Pneumologie, Mukoviszidose und Gynäkologie

7. Indikationen: Spezialkenntnisse im Bereich Pneumologie, Mukoviszidose, Allergologie, Dermatologie, Hämatologie, Gynäkologie

8. Produkte: Inhalative Arzneimittel (Rx) und Inhalationsgeräte, Phytopharmaka, Eisentherapeutika, Nahrungsergänzungsmittel (Vitamine, Mineralstoffe, Health Claims Produkte), Medizinprodukte (Encasings, Hausstauballergie), Dermatologika, Dermakosmetik für Allergiker, Diabetes:Alpha Liponsäure zur Behandlung bei Polyneuropathie

9. Informationsbeauftragte

10. Stufenplanbeauftragte