

CAMPUS

Kreative Healthcare-Kommunikation
next level

**PRAKTISCHE MARKETING-
IMPULSE FÜR MORGEN**

24. MAI 2019

comprix-campus.de



TICKETS

Tagesfortbildung PLUS Abend-
veranstaltung im Tipi am Kanzleramt

FRÜHBUCHER €790,-
zzgl. MwSt. (bis 31. Januar 2019)

VORVERKAUFSSTART: 3. DEZEMBER 2018

NORMALTARIF €890,-
zzgl. MwSt.

**FRÜHBUCHER-
RABATT SICHERN!
BIS 31. JANUAR 2019**

- 10:00 – 10:15 Uhr Begrüßung durch **Moderatorin Jule Gölsdorf**
- 10:15 – 11:00 Uhr **ZUKUNFTSMEDIZIN**
Thomas Schulz
SPIEGEL-Reporter, Buchautor
- 11:00 – 11:25 Uhr **OHNE NEUGIERDE KEINE INNOVATION**
Christine Blum-Heuser
Senior Manager Brand Communication bei Merck
- 11:25 – 11:50 Uhr **HEALTHCARE-INFLUENCER: NUR EIN TREND
ODER NACHHALTIGES BRAND-MARKETING?**
Eileen Piskorz
Director Operations fischerAppelt
- 11:50 – 12:15 Uhr **GIBT ES EINEN GENERATIONSKONFLIKT
IM PHARMA-MARKETING?**
Susann Zietek & Rupert Ott
Brand Managerin/Business Unit-Leiter Berlin-Chemie
- 12:15 – 13:15 Uhr Lunch-Break
- 13:15 – 14:00 Uhr **NICHT DAS ANFANGEN WIRD BELOHNT,
SONDERN DAS DURCHHALTEN!**
Marc Gassert
Kommunikationswissenschaftler, Künstler und Kampfkunstmeister
- 14:00 – 14:30 Uhr **EFFIZIENZ VON PHARMA-MARKETING-
MASSNAHMEN**
Dr. Wolfgang M. Hipp
Geschäftsführender Gesellschafter
saproma Healthcare Consulting & Management
- 14:30 – 15:00 Uhr **PHARMA-AUSSENDIENST: DIGITALISIEREN
ODER BESSER ANALOG BELASSEN?**
Talk mit Dr. Christian Bühnemann
Head Digital Strategy & Solutions, Novartis Pharma
- 15:00 – 15:20 Uhr Coffee-Break
- 15:20 – 16:20 Uhr **WORLD-CAFÉ**
Tauschen Sie sich tiefer zu den Themen aus, die für Sie am spannendsten sind. Mit den Referenten und mit anderen Teilnehmern. Sie entscheiden selbst, wo und wie Sie mitdiskutieren wollen.
- 16:20 – 16:30 Uhr **WRAP-UP**
- 17:30 Uhr **COMPRIX ABEND IM TIPI AM KANZLERAMT**

COMPRIX CAMPUS
Ellington Hotel Berlin
Nürnberger Str. 50–55
10789 Berlin

COMPRIX Abend
Tipi am Kanzleramt
Große Querallee
10557 Berlin

PROGRAMM

**JULE
GÖLSDORF**
Moderatorin



Zukunftsmedizin

Alzheimer heilen. Den Krebs besiegen. Jahrzehnte länger leben. Lange Zeit konnten wir von solchen Durchbrüchen in der Medizin nur träumen. Doch bereits in den nächsten Jahren werden viele dieser Träume Wirklichkeit werden, denn im Silicon Valley entwickeln Start-ups und Konzerne wie Google, Microsoft, Apple und Co. mithilfe von Algorithmen, künstlicher Intelligenz und Unmengen an Daten bahnbrechende Therapien und verblüffende neue Diagnosemöglichkeiten. Hat das was mit klassischer Pharma-Industrie zu tun? Thomas Schulz, langjähriger Silicon-Valley-Korrespondent des SPIEGEL, zeigt in seinem Vortrag, worauf Patienten hoffen dürfen, und erklärt, welche Chancen und Risiken die Zukunftsmedizin auch für die bisherigen Player im Markt birgt.

THOMAS SCHULZ
SPIEGEL-Reporter,
Buchautor



Healthcare-Influencer: Nur ein Trend oder nachhaltiges Brand-Marketing?

Influencer-Marketing boomt besonders in den Bereichen Food, Beauty und Lifestyle. Und da funktioniert es auch prächtig! Aber wie ist das im Healthcare-Bereich mit seinen vielen rechtlichen Auflagen: Macht Influencer-Marketing da ebenfalls Sinn – auch im Rx-Markt? Welche Erfahrungen gibt es bereits? Was sind Must-haves, was sind No-Gos in der Zusammenarbeit mit Influencern?

EILEEN PISKORZ
Director Operations,
fischerAppelt



Nicht das Anfangen wird belohnt, sondern das Durchhalten!

Kreative Healthcare-Kommunikation: Hat das was mit Disziplin zu tun? Muss man nur ein bisschen verrückt sein, um kreativ oder gut zu sein? Wie kann man einen stressigen Beruf und sein Privatleben in Einklang bringen, ohne Burnout, aber stattdessen erfolgreich und glücklich? Seine Erfahrungen und Impulse dazu werden Ihr Leben bereichern!

MARC GASSERT
Kommunikations-
wissenschaftler,
Künstler und
Kampfkunstmeister



Ohne Neugierde keine Innovation

Kreativ sein in der Healthcare-Branche: Wie funktioniert das eigentlich? Merck hat vor drei Jahren viel Mut bewiesen und seine Markenstrategie und -identität komplett anders aufgestellt. Rückblickend kann man sagen: erfolgreich! Welche Rolle dabei das Thema Neugier gespielt hat und wozu diese produktivste aller menschlichen Eigenschaften fähig ist, diese Insights teilt Christine Blum-Heuser mit dem Auditorium.

SUSANN ZIETEK
Brand Managerin,
Berlin-Chemie



RUPERT OTT
Business Unit-Leiter,
Berlin-Chemie



Effizienz von Pharma-Marketing-Maßnahmen

Von der Verordner-Fokussierung zum Network Management, vom A-Kunden zum Key Account, vom Außendienst-Besuch zur Multi-Channel Communication, von der Besprechungsunterlage zum eDetailing Toolkit, vom Kommunikationsdruck zu Information on Demand: Evolution oder Revolution im Pharma-Marketing – oder einfach nur mehr Englisch? Was war/ist wirklich effizient? Und was bedeutet das für die Allokation meines Marketing-Budgets? Insights und Ausblicke von einem Perspektivwechsler.

**DR. CHRISTIAN
BÜHNEMANN**
Head Digital
Strategy & Solutions,
Novartis Pharma



**CHRISTINE
BLUM-HEUSER**
Senior Manager
Brand
Communication,
Merck



Gibt es einen Generations- konflikt im Pharma-Marketing?

Die jungen Wilden übernehmen Verantwortung im Brand Management: Mit eigenen Vorstellungen, eigener Kreativität und digital geprägt. Die Kollegen mit mehr Berufserfahrung müssen diese Power ausbalancieren mit den vorhandenen Erfahrungen, was immer schon und immer noch gut funktioniert. Welche Konflikte entstehen da, welche Chancen und Risiken? Die beiden öffnen ihr Nähkästchen!

**DR. WOLFGANG
M. HIPPE**
Geschäftsführender
Gesellschafter,
saproma Healthcare
Consulting
& Management



Pharma-Außendienst: Digitalisieren oder besser analog belassen?

Ein Außendienst ist teuer und unflexibel: Also lieber gleich einen Leih-Außendienst anheuern? Brauchen wir den klassischen Pharmareferenten überhaupt noch, will die Generation Y der jungen Ärzte nicht ganz anders, nämlich digital angesprochen werden? Wohin geht die Reise, wer bleibt an Bord?