



inspirato Konferenz „Pharma Marketing“ und Verleihung des inspirato Pharma Marketing Award

- > Pharma Marketing in allen Facetten – als Branchentreff mit mehr als 120 Teilnehmern etabliert
- > Patient First, 360 Grad-Kommunikation und Big Data als Schlüsselfaktoren erfolgreicher Markenführung
- > Gewinner der inspirato Pharma Marketing Awards: Bionorica, Sinupret, Voltaren Schmerzgel Forte

Im exklusiven und sommerlichen Ambiente der Villa Kennedy in Frankfurt fand am 2. und 3. Juni 2014 bereits zum 2. Mal der inspirato Branchentreff „Pharma Marketing“ statt. Mehr als 120 Geschäftsführer und Marketingleiter pharmazeutischer Hersteller und deren Dienstleister begaben sich „In Search of Excellence“ und ließen sich durch Keynotes sowie zahlreiche Best Practices inspirieren. Durch die Veranstaltung führte Trendexpertin Antje Schünemann mit ihrer kompetenten und charmanten Moderation.

Impulse, Insights und Innovationen – Trends und Treiber in der dynamischen Pharmabranche 2014

Die Präsentationen am Vormittag des ersten Tages betonten die wachsende Bedeutung von „Consumer / Patient First“. „Patienten müssen mehr als Menschen und Kunden behandelt werden – nicht als Fälle mit einer Indikation oder Nummer“ forderte Felix Stöckle, Partner von Prophet. Shopper Insights, gewonnen aus der digitalen und mobilen Marktforschung, präsentierte Marc Smaluhn von Research Now und ging dabei auch auf rechtliche Aspekte und Best Practices digitaler Datenerhebung ein.

Wie Konsumenten aktiver in den Innovationsprozess involviert werden können, stellte Jan Fischer, Geschäftsführer von innosabi, lebhaft vor. Während Co-Creation und Open Innovation längst im FMCG-Bereich zum Einsatz kommen, ist die OTC-Branche bei diesen Konzepten noch zurückhaltend, was vor allem den Marktgegebenheiten und Regularien im Pharmamarkt geschuldet ist. Insbesondere für inkrementelle Innovationen birgt dieser konsumentenbasierte Ansatz Potentiale für den Healthcare Bereich.

Zahlreiche Praxisbeispiele zu Brand Positioning par Excellence

Auch mit kleinem Marketingbudget kann man viel erreichen, wenn man die Schwerpunkte richtig setzt. So zeigte Wolfgang Pachali, Mitglied des Vorstandes des GWA (Gesamtverband der Kommunikationsagenturen) & Geschäftsführer der WEFRA Werbeagentur Frankfurt anschaulich am Kundencase von Pflüger, was Marken-Kommunikation heute erfolgreich, wegbereitend und zukunftsweisend macht.

In zwei weiteren Praxisberichten präsentierten Experten von Dr. Loges und Engelhard ihre Erfolgskonzepte und stellten sich den zahlreichen Fragen aus dem Publikum.

Umdenken am Point of Sale

Die Bedeutung von Beratungs- und Verkaufskompetenz in der stationären Apotheke beleuchtete Julie Strobach, Geschäftsführende Gesellschafterin von EXTRAVERT Coach, während Prof. Dr. Christian Franken, Chief Pharmaceutical Officer bei der Versandapotheke DocMorris ein innovatives Projekt mit Telekom vorstellte: die Online-Beratung im Video-Chat. Das Fazit: Die Beratung von morgen findet flexibel und überall statt.

Health meets Sport: Breitenwirksame Werbung für Gesundheitsprodukte

Passend zum Thema des Sportjahres 2014 widmeten sich die Vorträge der Zächel AG sowie Johnson & Johnson dem Thema Fußball und dem „Point of Emotion“ bei Sport Events.

So präsentierten Werner Nuxoll, Maike Sternal und Monika May-Zickuhr von Johnson & Johnson Sport-Sponsoring im OTC-Bereich am Erfolgsbeispiel der FIFA WM 2014 - genutzt als Frequenzbringer für die Apotheke als auch emotionales Mittel in der Kundenkommunikation. Der musikalische Live-Auftritt der 8-köpfigen Samba-Band rundete den farbenfrohen Beitrag ab und diente als perfekter Auftakt für den anschließenden Award-Cocktail.

Cross-medialer Marketingmix als Erfolgsformel

Der Blick auf den Kunden findet längst 360 Grad statt und sollte dementsprechend auch verschiedene Kommunikationskanäle, optimalerweise 365 Tage rund um die Uhr, bespielen. Den Auftakt am 2. Konferenztag machte Dr. York Fanger und beleuchtete Real Life Testimonials als Chance für die Pharma-Kommunikation.

Im Anschluss zeigten Jens Neuhoff von Danone Medical Nutricia und Tino Niggemeier von xeomed, wie bei Neocate die Zielgruppen online angesprochen, und aus Webbesuchern letztlich Kunden wurden.

Erstmals bereicherten zudem **drei interaktive Worklabs** den Vormittag, in denen sich die Konferenzteilnehmer zu den Themen Social CRM, digitale Video-Plattformen und juristischen Aspekten gesundheitsbezogener Aussagen informieren und austauschen konnten.

Big Data als Future Trend to Watch

Big Data durchzog als roter Faden wie kein anderes Thema die 1,5 Tage der Konferenz und ist Chance und Herausforderung zugleich. Die Kunst besteht darin, die Daten so aufzubereiten, dass Mehrwerte für den Kunden entstehen - denn auch nur dann ist er bereit, diese freiwillig zur Verfügung zu stellen. Julius van de Laar, Strategie- und Kampagnenberater u.a. im Wahlkampfteam von Barack Obama, stellte seine Keynote im Rahmen der Awardverleihung am 1. Tag unter die drei Schlagworte „Digital Storytelling, Data und Deutungshoheit“ und gab tiefe Einblicke in die Wahlkampf-Kampagnen der USA, die unter den Teilnehmer anschließend für viel Diskussionsstoff sorgten.

Thomas Dapp, Economist bei Deutsche Bank Research, analysierte am Ende der Konferenz den ökonomischen Wert von Daten und warnte gleichzeitig vor den damit einhergehenden Gefahren. „Food for thought“ zum Abschluss des Branchentreffs, der mit dem gemeinsamen Mittagessen im Innenhof der Villa Kennedy endete.

Neben dem **Know How Transfer** durch ausgewiesene Experten und Best Practices stand bei dem inspirato Branchentreff wie immer **Networking und Erfahrungsaustausch** in entspannter Atmosphäre im Fokus. Daher fand erstmal ein **Speed Dating** im Rahmen der ersten Mittagspause statt, welches bei den Teilnehmern regen Anklang fand und neue Kontakte in kürzester Zeit mit sich brachte. In der **Networking Area** als begleitende Fachausstellung stellten 11 Aussteller und Partner, und damit mehr als eine Verdreifachung zur Eventpremiere in 2013, ihre Konzepte und Tools vor und kamen so ungezwungen mit den Konferenzteilnehmern in Kontakt.

Ein Highlight zum Abschluss des ersten Tages war sicherlich die **After Show Party** im stimmungsvollen Innenhof der Villa Kennedy bei sommerlichen Temperaturen und brasilianischen Genüssen. Eine entspannte Gelegenheit, Kontakte zu pflegen und das eigene Netzwerk auszubauen!

Verleihung des inspirato Pharma Marketing Award



Im Rahmen der hochkarätigen und facettenreichen Managementkonferenz wurde in drei Kategorien erstmals der **inspirato Pharma Marketing Award** feierlich überreicht. Der Preis zeichnet die besten Unternehmen, Marken und Neueinführungen des Jahres 2013 im OTC-Markt aus.

Neben der Umsatzentwicklung nach Nielsen Verkaufszahlen 2013 vs. 2012 flossen in die Wahl der 3 Preisträger die Befragung von 128 Apothekern sowie die Meinung einer neunköpfigen Expertenjury ein. Der hochkarätig besetzten Jury gehörten folgende Branchenexperten, Agentur- und Medienvertreter an: Katja Anette Brandt (Vizeum), Joss Hertle (Google), Patrick Hollstein (Apotheke Adhoc), Dominik Klahn (LINDA), Joachim Neukam (GlaxoSmithKline), Wolfgang Pachali (Wefra / GWA), Jörg Pretzel (GS1) sowie Bernd Wilhelm (Nielsen) und Tobias Brodtkorb (SEMPORA Consulting).

Die Preisträger 2014 sind:

OTC-Unternehmen des Jahres

1. Bionorica AG
2. Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG
3. Novartis AG

OTC-Marke des Jahres

1. Sinupret (Bionorica AG)
2. Regaine (Johnson & Johnson GmbH)
3. Anti-Brumm (Hermes Arzneimittel GmbH)

OTC-Neueinführung des Jahres

1. Voltaren Schmerzgel Forte (Novartis GmbH)
2. Bepanthen Narbengel (Bayer Vital GmbH)
3. Vaprino (Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG)

„Der inspirato Pharma Marketing Award hat sich im Markt etabliert und weckt schon heute Begehrlichkeiten in der Branche. Mit Spannung werden wir beobachten, wer in diesem Jahr die Akzente im OTC-Markt setzen wird, um diese Player dann auf der 3. Pharma Marketing Konferenz in 2015 wieder gebührend zu feiern. Im 21. Jahrhundert sind sowohl Innovationen als auch nachhaltiger Erfolg ausschlaggebende Währungen – dies wollen wir mit dem inspirato Pharma Marketing Award würdigen“ sagt Franziska Thiele, Geschäftsbereichsleiterin von inspirato.

Wie die **Stimmen der Teilnehmer** zeigen, waren Konferenz und Award-Verleihung nicht nur aus Sicht der Veranstalter ein voller Erfolg:

„Tolle Konferenz, inspirierende Vorträge und Gespräche, viel Liebe zum Detail (Speed-Dating etc.)“
Valerie Pothmann, Google Germany

„Auch möchte ich nochmals betonen, dass die von Ihnen organisierte Veranstaltung (nicht zuletzt in diesem Ambiente) sehr gelungen war. Herzlichen Glückwunsch. Auch hat mir die Mitwirkung in der Jury Freude bereitet.“
Dominik Klahn, LINDA

„Ein hochklassige Veranstaltung, tolle Referenten, gutes Networking. Freue mich schon auf den nächsten Termin.“
Stephan Franken, gADmore!

Schon steht jetzt fest: auch 2015 werden die besten Player der Branche mit dem inspirato Pharma Marketing Award ausgezeichnet.

Ausführliche Informationen zu Konferenz und Award unter: www.inspirato.de/pharma-marketing
Kontakt: Stefanie Kurz, inspirato KONFERENZEN, Siemensstraße 27 - 61352 Bad Homburg
Tel. +49 6171 981 96 81 - E-Mail: s.kurz@inspirato.de