



Moderation:
Antje Schünemann,
Trend Consultant

AB 09:30 ANREISE UND ICEBREAKER BREAKFAST

10:30 BEGRÜSSUNG UND EINFÜHRUNG IN DAS THEMA
DURCH DIE MODERATORIN

ERFOLGREICHE MARKENFÜHRUNG IM GESUNDHEITSMARKT

10:45 – 11:15 **OPENING SPEECH**
Pharma-Marken 2020
Herausforderungen – Erfolgsfaktoren – Best Practices

- Was sich ändert – und was nicht
- Wie man Vertrauen aufbaut
- Wie Pharma-Marken Menschen morgen erreichen

Uwe Munzinger, Gründungspartner und Geschäftsführer,
Sasserath Munzinger Plus GmbH

11:15 – 11:45 **INSIGHTS**
Konsumenten und Patienten besser verstehen:
Hirnforschung macht's möglich

- Kundenverhalten ist durch Befragungen schwer vorhersagbar, Hirnscans liefern teilweise deutlich bessere Prognosen und Ergebnisse
- fMRT-Hirnscans sagen den Erfolg von Werbung und Marketing vorher
- NeuroPricing: mit EEG-Hirnscans Zahlungsbereitschaft bestimmen

Kai-Markus Müller, CEO, The Neuromarketing Labs

11:45 – 12:15 **BEST PRACTICE**
Konsequent erfolgreich:
Was Kategorien groß, Marken stark
und Kunden glücklich macht.

Erfolgsfaktoren im Apothekenkanal aus dem Blickwinkel von Omega Pharma – von der Ausrichtung der Absatzorganisation bis hin zur Arbeit in Marketing und Vertrieb mit dem Fokus auf eine erfolgreiche Umsetzung am POS.

Stephan Tomat, General Manager, Omega Pharma Deutschland GmbH

OMEGA
PHARMA

DIE ROLLE DES ARZTES FÜR DEN OTC MARKTERFOLG

12:15 – 12:35 **STUDIENERGEBNISSE**
Die 3-fach Wirkung der Arztempfehlung
Rolle und strategische Einordnung der „arztgestützten Selbstmedikation“
Thomas Golly, Managing Partner, SEMPORA Consulting GmbH

12:35 – 12:55 **BEST PRACTICE**
Novartis Consumer Health: Neue Wege
in der Bemusterung von Arztpraxen
Fabian Mietke, Marketing Manager, Novartis Consumer Health GmbH
und Michael von Hamm, Business Development, PaulsPraxis

NOVARTIS

12:55 – 13:05 **SOLUTION FORUM**

13:05 – 14:00 **KOMMUNIKATIVE MITTAGSPAUSE**

14:00 – 14:30 **INSIGHTS**
Kommunikation nutzen, um Ärzte besser zu verstehen

- Informationsverhalten der Ärzte
- Erfolgsformel für wirkungsvolle Kommunikation
- Relevanter Content für messbaren Erfolg

Felix Rademacher, Gründer und Geschäftsführer, coliquio GmbH

MARKENFÜHRUNG PAR EXCELLENCE – SPANNENDE CASES ZUR INSPIRATION

14:30 – 14:50 **BEST PRACTICE**
Der Pure Markenerfolg in der Apotheke –
jenseits von klassischer Werbung

- Komplexe Sortimente positionieren
- Die Stärken des Fachhandelsvertriebs nutzen
- Mikromarketing auf Einzelkunden ausgerichtet

Bernhard Wingerberg, Leitung Vertrieb International,
pro medico HandelsGmbH Graz

PURE

14:50 – 15:10 **BEST PRACTICE**
Digitale Kommunikation in multinationalen
Unternehmen

Von der Befähigung und Steuerung lokaler Märkte – am Beispiel der Marke Daylong

Hannes Ley, Geschäftsführender Gesellschafter, THE MAIN GmbH
Tina Vogt, Global Brand Manager Solar Protection,
Galderma Laboratorium GmbH

DAY-
LONG

15:10 – 15:30 **BEST PRACTICE**
Wie Innovationen den Markt ausweiten –
Das Erfolgsbeispiel Nicorette

- Nicorette Spray: Innovationen sorgen für Kategoriewachstum
- Mit ganzheitlichen Marketing-Maßnahmen für Konsumenten und Professionals die Marktposition ausbauen

Maike Sternal, Leader OTC Customer & Shopper Marketing und
Gritli Heitbrink, Senior Brand Manager Nicorette, Johnson & Johnson GmbH

NICO-
RETTE

15:30 – 16:15 **KOMMUNIKATIVE KAFFEEPAUSE**

16:15 – 16:45 **ASK OUR EXPERTS**
Trends in der Markenführung
Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie unsere Branchenexperten.

16:45 – 17:15 **OUT OF THE BOX**
Digitalisierung im Vertrieb
David Ullrich, Mitglied der Geschäftsleitung, Leitung Vertrieb,
Design GmbH

IM ANSCHLUSS **AWARD-COCKTAIL
& KOOPERATIONS-SPEED-DATING (optional)**

VERLEIHUNG DES INSPIRATO PHARMA MARKETING AWARD 2015

18:00 – 18:45 **KEYNOTE**
Sex, Drugs and Social.
Marcus John Henry Brown, Geschäftsführer / Creative Director,
Marcus John Henry Brown UG

AB 18:45 **AWARD-VERLEIHUNG**
Als Highlight der inspirato Konferenz „Pharma Marketing“ wird der
inspirato Pharma Marketing Award in drei Kategorien feierlich verliehen:



- OTC-Unternehmen des Jahres
- OTC-Marke des Jahres
- OTC-Neueinführung des Jahres

sowie erstmals in 2015:
Verleihung des **PHARMA
MARKETING INDUSTRY AWARD**
für das beste Endverbraucher-
Marketing in den Kategorien:

NEU!

- Versandapotheke
- Apothekenkooperation

AB 20:00 **AFTER AWARD PARTY IM INNENHOF**



Im Anschluss sind alle Teilnehmer, Partner und Referenten eingeladen, den Abend im sommerlichen und entspannten Ambiente der Villa Kennedy stimmungsvoll und kulinarisch ausklingen zu lassen. Eine gute Gelegenheit für inspirierende Gespräche und neue Kontakte!



AB 09:00 EINSTIMMUNG AUF DEN ZWEITEN TAG MIT KAFFEE UND TEE

WEG VON DER KLASSIK, REIN INS NETZ? WO IN ZUKUNFT DIE MARKETINGGELDER AUSGEGEBEN WERDEN

09:30 – 09:55 BEST PRACTICE
Crossmedia – Wie Print und Online ihre Wirkung entfalten
 • Am Beispiel des Pilotprojekts für das Arzneimittel Aqualibra der MEDICE Arzneimittel Pütter GmbH & Co. KG
Malte Peters, Verlagsbereichsleitung TVdirekt, Gong Verlag GmbH
Tino Niggemeier, Geschäftsführender Gesellschafter, xeomed GmbH & Co. KG

AQUA-LIBRA

09:55 – 10:20 BEST PRACTICE
Pharma und Radio – Wie Radiowerbung OTC-Produkte noch erfolgreicher macht
Christoph Wild, Leiter Werbe- und Marktforschung, ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH

10:20 – 10:45 BEST PRACTICE
Digital als Chance im Pharma Bereich – Wie Online-Marketing den Absatz von Nasic gesteigert hat
 • Klosterfrau hat zusammen mit Google in einem ökonomischen Modell die Treiber des Absatzes von Nasic zwischen 2011 und 2014 untersucht
 • Digitale Aktivitäten haben sich als besonders wirksam heraus gestellt
Bernd Holbein, Industry Manager, Google Germany GmbH

NASIC

FUTURE TRENDS TO WATCH

10:45 – 11:30 PARALLELE, INTERAKTIVE WORKLABS ZUR WAHL:

11:30 – 12:00 KOMMUNIKATIVE KAFFEEPAUSE

SHOPPER MARKETING IN DER APOTHEKE

12:00 – 12:20 BEST PRACTICE
Digital Content Marketing und die Nutzung von Bloggern als reichweitenstarke Multiplikatoren
 Vorstellung der Medienkooperation zwischen VICHY und dem digitalen Magazin sisterMAG
 • Case Study „sisterMAG goes VICHY“ 2014
 • How-to: Erfolgreich mit Bloggern kooperieren
 • Über das iPad in die Apotheke: Vernetzte Kommunikation digital und offline
Mareike Bell, Group Product Manager VICHY Soins Visage, L'Oréal Deutschland GmbH
Alex Sutter, Co-Founder, Carry-On Publishing GmbH

VICHY

12:20 – 12:40 BEST PRACTICE
Erfolgsfaktor Online-Schulung
 Kernaussagen der Studie über web-basierte Schulungen in Apotheken – präsentiert von
Gerhard Wegner, Geschäftsführer, Wegner & Partner GmbH
 Praxisbeispiel Rabenhorst – Zahlen, Fakten, Erfolge – präsentiert von
André Haschke, Vertriebs- & Logistikleiter (Prokurist), Haus Rabenhorst O. Lauffs GmbH & Co. KG

RABENHORST

12:40 – 13:15 PANEL
SHOPPER-MARKETING
 • Reichweite versus Dialog: Welche Kanäle treiben heute die Kaufentscheidung?
 • Wie spreche ich den Endkunden optimal an?
 • Welche Medien und Tools sind zukünftig relevant?
 • Wie können Wünsche und Kauflust des Kunden stimuliert werden?

13:15 ZUSAMMENFASSUNG DURCH DIE MODERATORIN

13:30 – 14:30 GEMEINSAMES MITTAGESSEN ZUM ABSCHLUSS

WORKLAB 1 Raum: Salon 4

Mobile & Connections

Das Verhalten der Konsumenten verändert sich rasend schnell, getrieben durch die Entwicklung mobiler Technologien wie Smartphones, Smartwatches oder Beacons. Der Workshop zeigt die wesentlichen Veränderungen der nächsten 12 Monate und über Analogien die Auswirkungen auf das Marketing in allen Branchen, insbesondere im Bereich Pharma & Healthcare.
Dirk Göbel, Chief Operating Officer, Saatchi & Saatchi Germany

WORKLAB 2 Raum: Salon Ludwig Erhard

OTC Online-Marketing

Priorisierung und Bewertung von Online-Marketing Maßnahmen zur Absatzsteigerung. Welchen Einfluss haben AdWords & Co. und was ist bei der Kampagnenplanung zu beachten.
Tino Niggemeier, Geschäftsführender Gesellschafter, xeomed GmbH & Co. KG

WORKLAB 3 Raum: Ballsaal

Online Content-Marketing

Buzzword oder zentrale Säule in der Healthcare Marketing-Kommunikation? Content-Marketing ist einer der Trends in der Online Marketing Kommunikation. Aber was genau verbirgt sich hinter diesem Begriff? Welche Ansätze gibt es in der Praxis, wie plant und steuert man Kampagnen, wie misst man Erfolge, wofür eignet sich Online Content Marketing und welche Lösungen gibt es speziell im Gesundheitsumfeld? Auf diese Fragen geht Marius Gebicke im Worklab ein.
Stefan Fischer, Head of Business Development, DEFINE MEDIA GmbH

Weitere Informationen zu den Referenten und Themen unter:

Mit freundlicher Unterstützung von: qr code generator.de ... more than codes



SAVE THE DATE UNSERE EMPFEHLUNGEN FÜR SIE

DETMAR DAHMEN
 ELECTRIFY YOUR BUSINESS
 MARKETING & SALES SHOW
 2. JULI 2015, HAMBURG

3rd BEACON SUMMIT
 Summer Edition
 Haus der Kommunikation
 München, 22. Juli 2015

THINK TANK
 NEXT GENERATION
#FOOD
 29. SEPTEMBER 2015, BERLIN
 DAS HIGHLIGHT AM VORBEREITEN BERLIN FOOD WEEK

09.-10. NOVEMBER 2015
ZUKUNFT APOTHEKE
 RADISSON BLU HOTEL FRANKFURT