

Nächster Workshop:
24.01.2020 @ Berlin
www.complexium.de/academy
Schreiben Sie uns.

Healthcare- Influencer- Marketing

Digital ändert alles.
Wir bringen Ihre Marketing-
strategie auf die nächste Stufe.

„Inhaltliche Transparenz im
digitalen Raum bereitet die
Grundlage für Ihren Erfolg:
Intelligence matters.“
Prof. Dr. Martin Grothe

„Mit Influencer-Marketing
schaffen Sie echten
Mehrwert für chronisch
kranke Menschen.“
Samira Mousa

Intelligence meets Emotional Impact

Influencer-Marketing wird immer populärer. Während diese Form des Marketings in der Beauty-, Fashion- und Lifestylebranche bereits zum Standard gehört, wagen sich Marketing-Professionals der Pharmabranche erst langsam an das Thema heran.

Datenschutz, Pharmakovigilanz und der Mangel an Erfahrungswerten sind gewichtige Gründe für diese Vorsicht. Unser Vorgehen berücksichtigt diese Anforderungen und verbindet analytische Intelligence mit dem Emotional Impact und der Authentizität ausgewählter Influencer*innen.

Wir begleiten Sie integriert und umfassend, damit Sie das volle Potential ausschöpfen, das in der Zusammenarbeit mit Patientenbloggern liegt.

Nutzen Sie unsere Workshops oder vereinbaren Sie gleich ein erstes Gespräch.

Kontakt

Wir setzen wir Ihre Marketing-Ziele um:.

Samira Mousa, CEO & Founder
Healthy Content. Sick Ideas.
Die Healthcare-Influencer Agentur.
www.healthycontent.de
samira@healthycontent.de



Prof. Dr. Martin Grothe, Geschäftsführer
complexium GmbH, Berlin.
Spezialist für Digital Listening und Training
www.complexium.de
grothe@complexium.de
+49 (0)30 – 200 592-60
+49 (0)171 – 14 01 768



Samira Mousa wurde
von der Bundesregierung
als eine von 32 **Kultur- und
Kreativpiloten 2019**
ausgezeichnet.

Healthcare-Influencer-Marketing

Intelligence meets Emotional Impact

1

Vorgespräch/Briefing

- › Chancen für Healthcare- und Pharmaunternehmen im digitalen Raum: Insights durch Analysen -> Reichweite und Interaktion durch Influencer*innen.
- › Ihre Marketingziele und Erwartungen
- › Mögliche Kommunikationswege und -kanäle
- › Datenschutz und Pharmakovigilanz

2

Workshop

In einem kompakten Seminarformat vermitteln wir einen Einblick in das Thema Influencer-Marketing. Wir stellen Best Cases und realistische Kampagnenziele vor. Gemeinsam erarbeiten wir ein Vorgehenskonzept für Ihre spezifischen Themen und Vorstellungen. Die Workshops werden offen oder unternehmensspezifisch angeboten.

Kampagnen

Für Ihre konkreten Themen oder einzelne Indikationen setzen wir eine fundierte Influencer-Marketing-Strategie auf: Von der Status-Quo-Analyse über die Identifikation von passenden Influencer*innen und Kampagnenberatung bis zur Erfolgsmessung. Datenschutz- und Pharmakovigilanzkonform.

3

Ergebnisbesprechung/Debriefing

- › Die erreichte Wirkung wird konkretisiert.
- › Learnings und Empfehlungen werden vorgestellt, um das erreichte Momentum zu halten.



Status-Quo-Analyse

Welche Themen diskutieren Betroffene und Angehörige auf digitalen Tummelplätzen? Welche Fragen stellen sich entlang der Patient-Journey? Eine Social Media Analyse mit festen Ansprechpartnern erschließt diese Insights und setzt sie verständlich in Kontext. Pharmakovigilanzkonform.



Influencer-Identifikation

Aus dem bestehenden Netzwerk (oder darüber hinaus) werden Influencer*innen mit inhaltlichem Bezug und Relevanz identifiziert. Auf Wunsch konzipieren wir erfolgversprechende, emotionale Kampagnen-Ideen für Ihre speziellen Ziele.



Kampagnen-Beratung

Zu Ihren Marketingzielen entwerfen wir ein passendes, HWG- und pharmakovigilanzkonformes Kampagnendesign. Spezifizierte (Awareness-) Themen werden im digitalen Informationsraum durch Influencer*innen verstärkt oder neu eingebracht.



Erfolgsmessung

Die Kampagne wirkt auf den digitalen Informations- und Meinungsraum. Die erreichten Effekte lassen sich quantitativ und qualitativ festhalten. Ein begleitendes Listening kann Sie und die Influencer zudem mit Insights versorgen sowie Vergleichswerte für zukünftige Kampagnen schaffen.