



14 Datengetrieben zum Erfolg

Für die Zukunft hoffen viele Teams auf eine zeitnahe und personalisierte Kommunikation mit ihren Zielgruppen. Dafür braucht es – neben passender IT und Software – auch das Interesse der Mitarbeitenden an den neuen Möglichkeiten und Arbeitsweisen. In dieser Ausgabe schauen wir uns konkrete Beispiele an, wie die Veränderung gelingen kann. So packt Dr. Pflieger Arzneimittel den Wandel an, und der OTC-Marketingleiter Joss Hertle spricht mit uns über marketingbezogene Perspektiven. Sanofi treibt die Transformation im Geschäftsfeld General Medicines voran – hier gibt uns Anais Cognée als Head of Transformation DACH einige Einblicke.

Foto: KanawatTH – AdobeStock

TITELTHEMA

14 Dr. Pflieger geht Transformation an und entwickelt Daten-Strategie

Joss Hertle, neuer Head of Marketing OTC & Digital Commerce bei Dr. Pflieger Arzneimittel, erläutert, wie die Daten-Strategie künftig im Marketing fruchten soll

18 Sanofi General Medicines unterstützt Referenten mit intelligentem Tool

Anais Cognée, Head of Transformation bei Sanofi General Medicines DACH, schildert Erfahrungen aus der Einführung einer KI-gestützten Anwendung

22 Data-Driven Marketing – von der Utopie zur Chance

Consultant Dr. Martin Kamleiter-Borski verdeutlicht die Herausforderung dabei, eigene Strategien fürs Data-Driven Marketing zum Laufen zu bringen

24 Technologien für individualisierten Medical Content schreiten voran

Ein Gespräch mit Dr. Benjamin Friedrich, Mitgründer von Temedica, beleuchtet die Entwicklung der technischen Möglichkeiten für personalisierten Content

NEWS

- 6 Startschuss für den Neuauftritt des BAH als Pharma Deutschland
- 8 Medac tritt mit neuer Corporate Brand auf
- 9 Digital Commerce im Healthcare-Sektor schneidet weniger gut ab
- 10 Avoxa stellt ‚Apotheken Magazin‘ ein
- 11 Neuer Podcast zu mentaler Gesundheit bei Dasing
- 12 Kampagnennews im März 2024

MÄRKTE

28 Wie sich das OTC-Käuferverhalten 2023 online entwickelt hat

Dr. Kai Bergner und Andrea Zacharias von Consumer Panel Services GfK analysieren einige Zielgruppen-Trends beim OTC-Online-Kauf

KOMMUNIKATION

34 Roblox als Einstieg ins Metaverse

Thanh Dao von Jung von Matt Nerd sagt, worauf es beim Marketing in der virtuellen Welt ankommt

38 Agenturen stehen unter Kostendruck

Kostensteigerungen machen Agenturen zu schaffen. Der Ruf nach neuen Erlösmodellen wird lauter



Foto: ipopha – AdobeStock



Foto: Pierre Fabre Dermo-Kosmetik

54 Data-Driven-Mediaplanung

Mit dem Ende der Third-Party-Cookies in wenigen Monaten kommen auf Unternehmen umfassende Veränderungen im Online-Marketing zu.

62 Gemeinsam etwas bewirken

Das humanistische Engagement von Pierre Fabre und das Bewusstsein für gesellschaftliche Verantwortung sind Werte, für die sich Christian Mies-Mäkelä einsetzt.

42 Warum Havas Consumer Health als Wachstumsmotor sieht

Dirk Poschenrieder spricht über den Start und die Ziele der neuen Havas Consumer Health Germany

46 Community Management im Einklang mit Pharmakovigilanz

Dr. med. Christian Bruer von 21up kennt die Fallstricke, wenn es darum geht, Social Media rechtssicher in den Rx-Kommunikationsmix zu integrieren

50 Pro bono? Magnifico!

Matthias Haack, CEO von Wefra Life, schreibt in der GWA-Serie über Corporate Social Responsibility

52 Sprache trifft Daten

Matthias Max Möller und David Ervenich von MMM Consulting erörtern das Zusammenspiel von KI und datenbasierter Segmentierung

MEDIEN

54 „Healthcare-Unternehmen müssen ihre Strategien neu ausrichten“

Verantwortliche aus Mediaagenturen geben eine Einschätzung zu Online-Werbeaktivitäten, Targeting-Alternativen, Programmatic Advertising und Trends

58 Hello Health will Potenziale im Gesundheitsmarkt bergen

Ein Jahr nach dem Start der Plattform blickt Benjamin Hebborn positiv auf die Entwicklung der Nutzerzahlen

KARRIERE

60 One-to-One Mentoring als Karrierebooster

Das Businessnetzwerk Healthcare Frauen e.V. setzt auf Mentoring-Tandems zur beruflichen Weiterentwicklung

62 „Ich führe über eine Vision und über Ziele“

Christian Mies-Mäkelä ist als Director Marketing & Digital bei Pierre Fabre Dermo-Cosmetics unter anderem verantwortlich für die Marke Eau Thermale Avène

66 Personalien

Neuer Country Head bei Takeda Oncology Deutschland, Dr. Kade ernannt CCO, Bayer Pharmaceuticals strukturiert Leitungsteam um u.v.m.

SERVICE

3 Editorial

71 Vorschau/Impressum