



10 OTC-Markenführung

Beim sechsten Branchentreff Pharma Marketing sind die Inspirato Pharma Marketing Awards 2018 verliehen worden. Der Blick auf die Strategien der Gewinner zeigt, wie erfolgreiche OTC-Markenführung aussehen kann. Das zentrale Thema des Fachevents lautete: Love Brand-Strategien für OTC-Marken. Mit einigen Referenten des Inspirato Kongresses sowie Award-Finalisten diskutiert diese Ausgabe das Potenzial der Emotionalisierung.

■ TITELTHEMA

10 OTC-Markenführung

Inspirato Pharma Marketing Award kürt Sieger in drei Kategorien: Unternehmen, Marke, Produkt-Launch

Titelthema-Artikel finden Sie auf den Seiten 10-20

■ NEWS

- 6 Hersteller-Reputation bei Patienten steigt
- 6 Teva und Thieme kooperieren mit Flying Health
- 7 Allergopharma erneuert Markenauftritt

■ MÄRKTE

- 10 Inspirato Pharma Marketing Awards 2018
Die Gewinner, ihre Umsatzerfolge in der Apotheke und ihre Strategien stehen im Fokus
- 16 Der eigene Weg zu den Herzen
Die Branche diskutiert, wie sich Love Brand-Strategien im OTC-Marketing realisieren lassen

22 Reales Marketing bewegt Kunden zu Kauf

Erfolgreiches OTC-Marketing muss den Schritt vom Branding zum Selling schaffen

26 Mehr Kollaboration für den Erfolg

Welche individuellen Kompetenzen Marktforscher und Consultants bei Pharma-Projekten einbringen

31 OTC-Werbewirkungstests im Self-Service

Wie OTC-Manager ein Online-Tool für Pretests nutzen können und worauf sie achten müssen

34 Wie in einen unbekanntem Markt investieren?

Der Wachstumsmarkt Pflege ist für viele attraktiv. Ein neuer Index zeigt Kommunikationsbedarf auf

38 Was Menschen mit Marken verbinden

Love Brands basieren auf emotionalen Reaktionen. Auch Unbewusstes kann die Mafo heute messen

40 Im Dienst der Patient Centricity

Wie Social Listening und anschließende Mafo-Interviews die Patientenperspektive erschließen helfen

42 Gesundheit nimmt Fahrt auf

Trendone zeigt Lösungen, die Gesundheit und Mobilität verknüpfen



Foto: Andres Rodriguez - Fotolia



Foto: Papiennus

44 Stimmungsbild der PR-Agenturen

Mit 77,9 Millionen ist Gesundheit laut Pfeffers Ranking die umsatzstärkste Branche. Ein Wachstumsfaktor ist der Bereich politische Kommunikation.

68 Diagnose per Kamera

Grünes Licht für Fernbehandlung: Anbieter von Online-Sprechstunden hoffen auf mehr Kunden, doch müssen noch einige Hürden genommen werden.

KOMMUNIKATION

44 Welche Zutaten braucht PR?

Nachfrage an integrierten Kommunikationslösungen mit klassischen und digitalen Komponenten steigt

54 Trommeln für die Pflege

Besonders drei Arbeiten überzeugen beim ‚Spot des Monats‘ im Mai

62 2strom steht nicht still

Die Agentur 2strom kooperiert mit MCS

64 Aufgepasst bei der DSGVO

Roger Stenz schreibt in ‚Übern Tag hinaus denken‘ über Datenschutz-Neuerungen

66 Gesundheit durch Genießen

Der Womens Health Day ist Treffpunkt für Industrie und Endverbraucher

MEDIEN

68 Diagnose per Kamera

Anbieter von Video-Sprechstunden stellen sich auf stärkeren Wettbewerb ein

71 Terra incognita Gesundheitswirtschaft

Digitale Gesundheit muss ebenso auf Fakten basierend umgesetzt werden wie ein Coca-Cola-Werbeplan, von Gastautor Dr. Alexander Schachinger, EPatient RSD

KARRIERE

74 Personalien

Norbert A. Froitzheim und Deutscher Ärzteverlag trennen sich, Fabian Kaufmann neuer Springer Medizin-Chef u.v.m.

76 „Wir wollen Vorbild sein“

Dr. Sabine Huppertz-Helmhold will als Vorsitzende des Vorstands von Healthcare Frauen e.V. u.a. das Thema Digital Leadership voranbringen

RUBRIKEN

03 Editorial

79 Vorschau/Impressum

Dieser Ausgabe von Healthcare Marketing liegen sowohl eine Beilage der Firma Wefra Media GmbH als auch die Beilage des Comprix bei. Wir bitten um Beachtung.