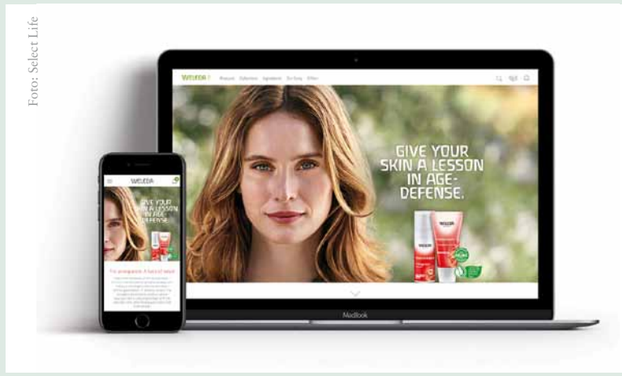
Foto: © HURCA! - Fotolia

20 Online-Marktforschung

Neue Einblicke in die Welt der Patienten bieten heute Online-Methoden wie das Beobachten von Äußerungen in Social Media. Die Welt der Ärzte öffnet sich beispielsweise durch Market Research Online Communitys (MROCs) für qualitative Insights.
Diskutiert wird, ob solche Ansätze bei Pharma-Fragestellungen an Grenzen stoßen und wie damit umzugehen ist. Das Titelthema beleuchtet die Chancen und Limitationen genauer und wirft auch einen Blick in die Zukunft der Online-Marktforschung für Pharma.

Inhalt Dezember 2018

Foto: Select Life



42 Traditionsmarke mit neuem Look

Das Hamburger Büro von Select Life entwickelt den neuen globalen Markenauftritt für den Naturkosmetik-Hersteller Weleda.

Foto: WPV

50 WPV feiert 25-jähriges Jubiläum

Bewahrte einen kühlen Kopf: Die geschäftsführende Gesellschafterin Beate Stadge-Bourguignon lenkte den WPV-Verlag durch turbulente Jahre.

Titelthema

20 Wer ins Netz geht, fängt die schillernden Datenfische
Wie Social Listening ermöglicht, näher an die Lebenswelt der Zielgruppen heranzukommen

24 Social Media Listening auf ein neues Level bringen
Patricia Blau von GIM erörtert, wie Social-Listening-Ergebnisse sich besser einordnen lassen

26 Neue Zugänge zur Welt der Patienten nutzen
Dr. Stefanie Denk von Ipsos gibt eine Einschätzung zu Stärken und Grenzen von Social Listening

28 Wie belastbar sind Ergebnisse digitaler Befragungstools?
Dr. Ulrike Dulinski vom IFAK Institut legt dar, inwiefern sich Online-Methoden bewähren

32 Digitale Kanäle erleichtern Marktforschung und Dialog
Anja Wenke von DocCheck Research beschreibt, was bei Online-Befragungscommunitys zu beachten ist

News

6 Bayer restrukturiert Kerngeschäft
8 Neugründung MENSCH Kreativagentur tritt für Mut und Kreativität an
10 DAK-Gesundheit mit knalliger Kommunikation von Philipp & Keuntje
12 G+J: ‚Eltern Praxistitel' bekommen Zuwachs
13 Bessere OP-Ergebnisse durch virtuelle Realität

Märkte

14 Game Changer wird sein, was der Patient will
Die Branche diskutiert Vision und Realität von der Selbstmedikation 2.0

35 Innovation im Schlaf
Trendone zeigt Entwicklungen zur Förderung, Überwachung und Verbesserung des Schlafs

36 Philips tritt als Partner für Krankenhäuser auf
Philips-Marketingchef Thomas Schönen stellt die Kommunikationsstrategie für Health-Systems vor

Kommunikation

38 Deutsche Kreationen reüssieren international
Die Kreativwettbewerbe Clio Health, Rx Club und Globals zählen zu den Höhepunkten im Award-Kalender

42 Weleda kommt mit neuem Auftritt
Select Life hat die Markenkommunikation des Naturkosmetik-Herstellers neu ausgerichtet

44 Der Weg aus der Handicap-Ecke
Zum Gewinner beim ‚Spot des Monats' im November 2018 wählten die Juroren Ottobock

48 Trusted Advisors: Agenturen als Partner
In der GWA-Serie schreibt Georgios Manolidis von cyperfection über die Digitale Transformation

Medien

50 Im Porträt: Wirtschafts- und Praxisverlag
Wie der mittelständische Medizin-Verlag die Digitalisierung und den Generationswechsel meistert

54 So informieren sich Pneumologen
Der ‚Healthcare Marketing MC-Monitor' zusammen mit Eumara vergleicht das Kommunikationsverhalten von Lungen-Spezialisten aus Deutschland und der Schweiz

56 Nach Feierabend am Smartphone
Im Best Practice thematisiert Ärzte-Community-Betreiber coliquio die Mediennutzung von Medizinern

58 Content in Kliniken gut organisieren
Das Newsroom-Konzept kann für mehr Ordnung und Durchschlagskraft sorgen, von Gastautor Jens Krüger, medicoreha Welsink

64 Werbespendings für Gesichtspflegemittel
Dr. Theiss gehört zu den stärksten Werbungtreibenden im untersuchten Segment

Karriere

66 Personalien
Wort & Bild Verlag meldet zwei Neuzugänge, Carolin Schambach zieht es zu Edelman, Ex-Klosterfrau-Pressechef Arne Rieper gründet Agentur u.v.m.

Veranstaltungen

68 GWA feiert Effie-Preisträger
71 Wort & Bild empfängt 200 Gäste zur Strategiekonferenz

Rubriken

03 Editorial
74 Termine
75 Vorschau/Impressum

Dieser Healthcare Marketing-Ausgabe sind sowohl eine Beilage der COMPRIX GbR als auch eine Beilage der EUROFORUM Deutschland GmbH beigefügt. Wir bitten um Beachtung.