

Digitale Fortbildung

Digitale Wissensvermittlung trifft auf natürlich wirksame Arzneimittel

Wala Heilmittel hat gemeinsam mit der Agentur Face to Face ein interaktives Digitalformat zur Wissensvermittlung für Apothekenteams und Fachberater:innen umgesetzt. Damit will das Stiftungsunternehmen in Zeiten der zunehmenden Digitalisierung nicht nur einen Trend, sondern auch neue Maßstäbe in der Kommunikation mit seinen Zielgruppen setzen.

Autorin: Karin Wieczorek, Manager New Business und PR bei Face to Face

„In den letzten zwei Jahren haben wir unser digitales Angebot für die Zielgruppe Apotheken und PTA ausgebaut und nutzen die fortschreitende Digitalisierung, um den Kontakt mit unserer Zielgruppe zu halten“, so Claudia Eßlinger, Fachkommunikation Marketing Arzneimittel bei Wala Heilmittel. Damit reagiert das Unternehmen auf die fortschreitende Entwicklung, Apotheken-Fachfortbildungen in digitale Live-Formate umzuwandeln. „Diese Herausforderung wurde durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie für den Healthcare-Markt enorm beschleunigt“, weiß Marco Dröge, Geschäftsführer der Face to Face GmbH. „Wala ist diesem Trend gefolgt und hat mit uns ein professionelles und unterhaltsames Digi-

talformat für Apotheken-Fachfortbildungen umgesetzt“, ergänzt Dröge. Das neueste Projekt im Bereich Webinare begleitet das Team um Face to Face, bei dem ein ganzheitliches, digitales Wissenserlebnis für das Webinar „Die natürliche Baby-Apotheke“ gefragt war. Dieses rückt die Empfehlung und Anwendung ausgewählter Wala-Arzneimittel für die Apothekenzielgruppe „Mama und Baby“ in den Fokus. „Für die Kreation und konzeptionelle Umsetzung war es essenziell, das Verständnis von Wala-Arzneimitteln mit einem digitalen Konzept erfolgreich zusammenbringen. Dies haben wir über ein emotionales Storytelling und erlebbares Infotainment ermöglicht,“ berichtet Angela Hemme, Director Business Develop-

ment Healthcare und aufgrund ihrer langjährigen Tätigkeit in der Apotheke verantwortlich für die Ausgestaltung des Konzepts. „Das Ziel des Webinars war es, relevante und interessante Informationen zu Arzneimitteln aus der Baby-Apotheke über ein kreatives und kurzweiliges Digitalformat zu vermitteln“, so Hemme.

Emotionale Lernerlebnisse wirken nachhaltig

Das Webinar war an die Mitarbeiter:innen von Apotheken gerichtet und hat einen leicht verständlichen Einstieg in die kompetente Beratung von Mamas mit Babys, beziehungsweise Eltern, ermög-



Für die Interaktion mit den Teilnehmern sorgte ein digitales Umfrage-Tool

licht. Hierbei ging es darum, Wala-Arzneimittel in dieser Zielgruppe bekannter und auf die unkomplizierte und sichere Anwendung aufmerksam zu machen sowie Apothekenteams neue Anwendungsmöglichkeiten vorzustellen.

Im Vordergrund des digitalen Konzeptes standen die zielgruppenrelevanten Themen Blähungskoliken und wunder Baby-Po sowie verklebte Babyaugen und Rekonvaleszenz mit der Vorstellung der dazu passenden Arzneimittel. Die emotionale, liebevolle und sympathische Wissensvermittlung rund um die natürliche Baby-Apotheke sowie wertvolle Anwendungstipps spielten dabei eine bedeutende Rolle.

Die Umsetzung des Kreativkonzepts erfolgte über die Kombination eines digitalen Vortrags mit Powerpoint-Charts sowie die Einbindung von vorab produzierten Video-Einspielern und Interviews. Dabei wurden von einer Hebamme Bewegungstipps für Babys bei Blähungen und Koliken sowie Tipps bei verklebten Augen gegeben und so dem Apothekenpersonal Empfehlungen in der Kommunikation mit Eltern vermittelt.

In der Konzeption wurden auch bereits bestehende Kommunikationselemente zur Wiedererkennung eingesetzt, wie die Wala-Naturwichte – Strichzeichnungen, die zum Leben erweckt wurden, bekannt von dem gleichnamigen Blog. Diese wurden in liebevoll gestalteten Bewegtbildsequenzen genutzt, um ein sympathisches Beratungsszenario in der Apotheke darzustellen. Dabei schilderte in dieser Situation ein Vater das passende Krankheitsbild seines Kleinkindes und erhält eine verständnisvolle und kompetente Beratung der Apothekerin, die geduldig die richtigen Fragen stellt und

direkt eine passende Wala-Arzneimittelempfehlung hat. Die Kombination des Einsatzes einer Moderatorin der Wala und Vorträgen der Fachreferentin, sorgten außerdem für einen abwechslungsreichen Live-Dialog während des Webinars.

Webinarkonzept für emotionale Zielgruppeninteraktion

„Wir haben die Teilnehmer:innen des Webinars über verschiedene Interaktionstools mit ihrem mobilen Device aktiv eingebunden. Eine anonyme Auswertung der Umfragen in Echtzeit sorgte für eine hohe Interaktionsrate und somit für eine hohe Aufmerksamkeit, die Voraussetzung für eine nachhaltige Wissensvermittlung“, bemerkt Angela Hemme. „Uns ging es vor allem darum, unserem Kunden Wala eine Kommunikation mit seiner Zielgruppe auf Augenhöhe zu ermöglichen und die Möglichkeit eines offenen und intensiven Austausches zu ihren Produkten zu schaffen.“ Dem Team der Healthcare-Agentur ist es gelungen, eine interaktive, digitale Erlebniswelt rund um das Thema „Die natürliche Baby-Apotheke“ zu kreieren. „Das Webinar hat im Juni 2022 zum ersten Mal stattgefunden und war mit 284 Teilnehmer:innen ein voller Erfolg! Wir haben tolles Feedback erhalten,“ resümiert Lisa Rosendahl, Projektleitung Marketing Arzneimittel bei Wala. Die Begeisterung der Fachberater:innen wurde durch zahlreiche positive Rückmeldungen spürbar, in denen die kurze und prägnante Vorstellung der Baby-Apotheke gelobt wurde, insbesondere die praxisnahen Beratungstipps und

Produktempfehlungen. Allgemein wurde das Webinar als sehr kurzweilig und abwechslungsreich empfunden und vor allem die kompetenten Hilfestellungen der Hebamme sehr gut aufgenommen. Stefanie Semet, Gruppenleitung Produktmanagement, Marketing Wala Arzneimittel machte allen Mitwirkenden des Webinars ein großes Kompliment: „Was ich in diesem Webinar gesehen habe und erleben durfte, ist wirklich ganz toll geworden. Hoch professionell, sehr persönlich auch auf diesem Kanal, abwechslungsreich und kurzweilig. Herzlichen Dank an Face to Face“. Auch Claudia Eßlinger, Fachkommunikation Marketing Wala Arzneimittel freut sich über den Erfolg: „Das Webinar Baby-Apotheke war wirklich sehr gut umgesetzt. Was für ein Feuerwerk – sehr abwechslungsreich. Glückwunsch an das Team von Face to Face!“ Das zweite Webinar „Die natürliche Baby-Apotheke“ hat am 22. September 2022 mit wiederum über 280 Teilnehmer:innen stattgefunden. Für den Herbst 2022 werden weitere Webinare mit anderen Schwerpunkten zur Wissensvermittlung für Fachberater:innen angeboten. Eine Fortsetzung des digitalen Erfolgskonzepts ist für 2023 geplant.



Titelchart zur Einführung in Apotheken-Fachfortbildung im digitalen Live-Format



Durch die Bewegtbildsequenzen analog zu den Wala Naturwichten wurden emotionale Beratungsszenarien zur den entsprechenden Beschwerdebildern erstellt



Die inhabergeführte Spezialagentur verfügt über 20 Jahre Erfahrung im Healthcare-Markt. Mehr als 100 hoch motivierte Mitarbeiter sind Impulsgeber und entwickeln virtuelle Events, innovative Live-Veranstaltungen sowie grenzenlose Wissenserlebnisse für eine gesündere Zukunft. Das Kerngeschäft der Healthcare-Agentur: Komplexes medizinisches Wissen durch kreative, methodisch-didaktisch und emotional wirksame Methoden professionell inszenieren. facetoface-gmbh.de