

INTERMEDIX

Kampagnenplanung

Produktmanager (RX)

BUYER PERSONA

Produktmanager (RX)



Rollenprofil

Position/Titel: Produktmanager
Titel 2: Product Owner
Titel 3: Brand Manager
Titel 4: Product Manager
Titel 5: Produkt Marketing Manager

Soziodemografische Merkmale

- Ausbildung: Studium Biologie, BWL (Marketing), Health Management
- Zusatzqualifikation: Pharmazeutisch-medizinische Weiterbildungen, gelegentlich Pharmareferent
- Weitere berufsbezogene Merkmale: häufiger Wechsel (u.a. zur Karriereförderung wg. hierarchischer Strukturen), „faul“, „unwissend“, „unerfahren“, hoher Workload
- Alter: 25-40
- Geschlecht: ca. 60% w / 40% m

Rolleninhalte

- Verantwortung auf der Sachebene:
 - vertriebsunterstützende Maßnahmen (Website, Fax, Patienteninfos, häufig Print z.B. Anzeigen in Fachmedien)
 - Produktionsplanung (Jahresplanung)
 - Eventmanagement (Kongresse)
 - Kommunikation Arzt (B2B)
 - Agenturkoordination
- Erwartungen an die Rolle seitens Unternehmen/GF/Marketingleiter:
 - Markenbekanntheit aufbauen & steigern
 - Kommunikation von Änderungen & Neuerungen
 - Optimaler Marketing-Mix (Auswahl, jährl. Planung, Ad Hoc-/Gefühlsentscheidungen)
 - Messbarkeit/Controlling

Mit welchen Fragestellungen kämpft die Persona täglich?

- Wie kommt mein Präparat auf's Rezept?
- Wie erreiche ich den Arzt?
- Wie koordiniere ich die externen Agenturen am effektivsten zur Zielerreichung?
- Wie beweise ich die Wirksamkeit meiner Marketingmaßnahmen?
- Wie handhabe ich mein Budget?
- Wie teile ich mir meine Zeit am besten ein?

Erfolgskriterien

- Welche KPIs kennzeichnen den Erfolg?
 - Stückzahlen/Umsatz (→#Verordnungen, Abverkäufe)
 - Markenbekanntheit/-sympathie
 - Marktanteil
 - Conversion Rate von Outbound Maßnahmen
 - Event Teilnehmer
 - AD Feedback

Kanäle und Touchpoints

- Offline: Printmagazine (Fachzeitschriften), (ggfls. branchenübergreifende Kongresse/Events (DMEXCO, ...), Fachkonferenzen (Pharmamarketing))
- Online: Fachportale, (Fach-)Newsletter
- Soziale Medien: Instagram, Facebook, LinkedIn, Xing

CUSTOMER JOURNEY PRODUKTMANAGER (RX)

Bedürfnis „Verordnungen des Präparates beim Arzt steigern“



**Buyer Persona:
Produktmanager (RX)**

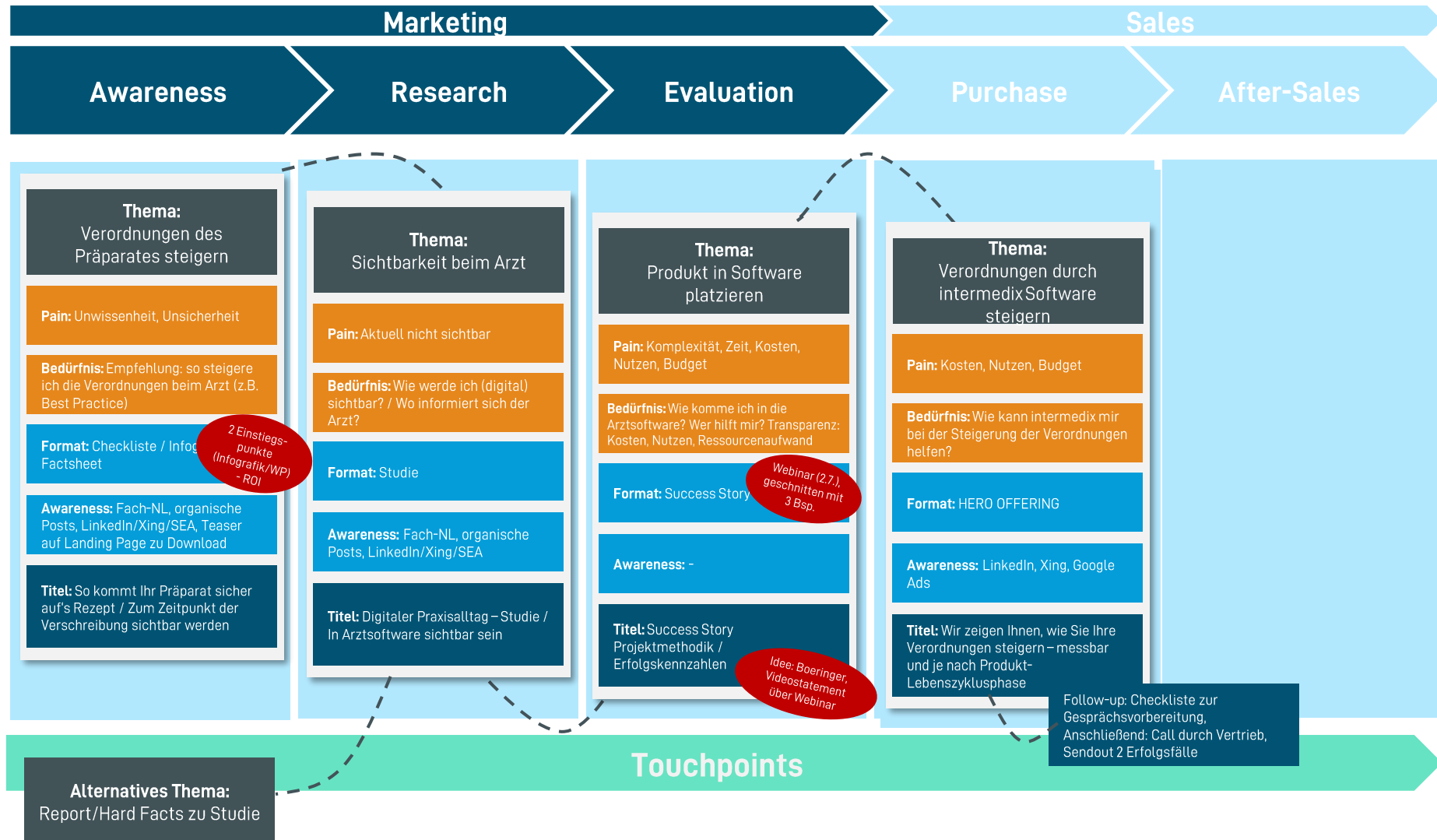
Name: Pia Produkt
Alter: 25-40

Themen	Herausforderungen
Verordnungen steigern beim Arzt Präparat / Krankheit	Wie komme ich zu mehr Verordnungen?
Wirksamkeit messen → Messbarkeit	Quantitatives Reporting nicht ausreichend möglich
ROI	Ungewissheit über Verordnungsverhalten + Umgang mit Arztsoftware
Digitales Versorgungsgesetz	ROI einzelner Maßnahmen nicht bestimmbar / vergleichbar
AMNOG	Auswirkung gesetzlicher Neuerungen auf Marketing

Empfehlung: so steigern ich die Bekanntheit beim Arzt

Wie werde ich (digital) sichtbar? / Wo informiert sich der Arzt?

Wie komme ich in die Arztsoftware? Wer hilft mir? Transparenz: Kosten, Nutzen, Ressourcenaufwand



KAMPAGNENPLANUNG PRODUKTMANAGER (RX)

- LinkedIn
- Xing
- Fach-Newsletter

Landing Page 1a Infografik
 So kommt Ihr Präparat sicher auf's Rezept / Zum Zeitpunkt der Verschreibung sichtbar werden

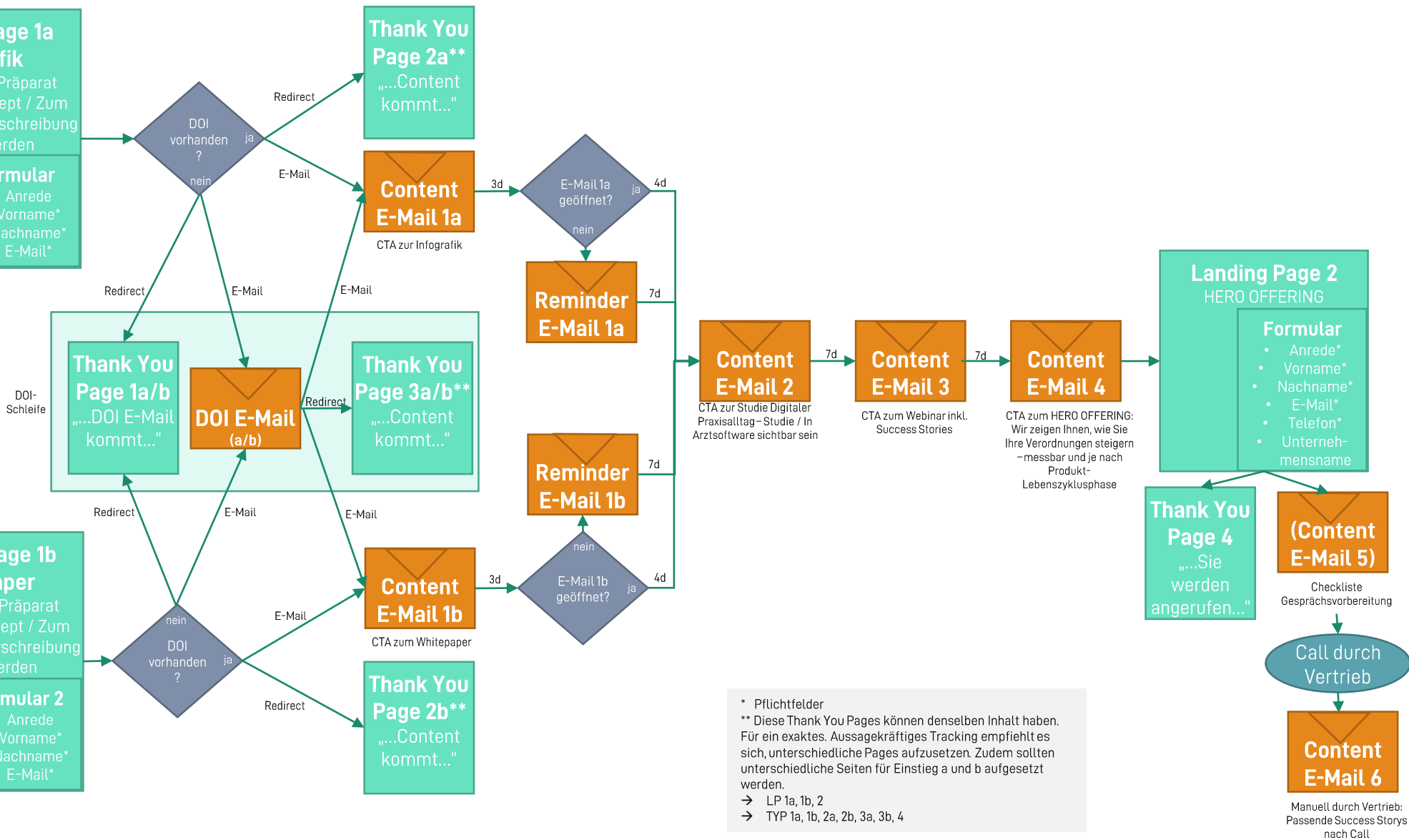
Formular

- Anrede
- Vorname*
- Nachname*
- E-Mail*

Landing Page 1b Whitepaper
 So kommt Ihr Präparat sicher auf's Rezept / Zum Zeitpunkt der Verschreibung sichtbar werden

Formular 2

- Anrede
- Vorname*
- Nachname*
- E-Mail*



* Pflichtfelder
 ** Diese Thank You Pages können denselben Inhalt haben. Für ein exaktes, Aussagekräftiges Tracking empfiehlt es sich, unterschiedliche Pages aufzusetzen. Zudem sollten unterschiedliche Seiten für Einstieg a und b aufgesetzt werden.
 → LP 1a, 1b, 2
 → TYP 1a, 1b, 2a, 2b, 3a, 3b, 4