

Task Force Patientenversther*in: in//touch baut das Online-Marketing-Angebot weiter aus

- Potenziale erkennen & nutzen: Online Marketing im Healthcare-Bereich zur digitalen Patientenkommunikation
- Die in//touch intensiviert ihr Angebot und unterstützt Pharma ab sofort ganzheitlich mit ihrer Online Marketing Rocket bei SEO, Social Media und Co.

[70 Prozent](#) aller Internetnutzer*innen suchen mittlerweile online nach gesundheitsrelevanten Themen. Ob Google, Instagram, TikTok, LinkedIn oder Facebook: Patient*innen haben den digitalen Raum schon längst für sich entdeckt. Höchste Zeit also für Pharma nachzuziehen! Und zwar mit Online-Marketing-Kampagnen, die ankommen und Patient*innen bewegen. Dabei ist der orchestrale Einsatz von SEA, SEO, Influencer*innen-Kooperationen und Social Media in Kombination mit gehaltvollem Content der Schlüssel für eine Arbeit die Früchte trägt, eben weil die notwendigen Informationen so nah an der Zielgruppe gestaltet werden können. Damit dies gelingt, bedarf es einer sensiblen Implementierung und Etablierung sicherer Online-Marketing-Strategien und einem Partner, der alles im Blick hat. Für die [in//touch](#) ist das als führende Omni-Channel-Strategieberatung für Pharma und als Teil der good healthcare group oberstes Gebot! Das Unternehmen strebt jeden Tag danach, die Kommunikation zwischen Pharmaindustrie, Healthcare-Professionals und Patient*innen voranzutreiben und intensiviert nun das eigene Angebot dahingehend erneut.

Nah an den Patient*innen: Online-Marketing-Kampagnen, die wirken

Pharma kann mit Hilfe aktivierender Online-Marketing-Strategien nicht nur mit der Zielgruppe in einen authentischen Dialog treten und den Patient*innen aktiv zur Seite stehen, sondern steigert die Awareness für das eigene Unternehmen hier massiv. Darüber hinaus werden gerade durch den Austausch über Social Media außergewöhnlich detaillierte und ehrliche Insights dazu gewonnen, wie die Patient*innen die Krankheit, das Unternehmen und oft auch die Medikamente wahrnehmen und erleben. Pharmaunternehmen, die solche Kampagnen ganzheitlich nutzen – also SEA, SEO, Influencer*innen-Kooperationen und Social Media aufeinander abstimmen, können so nicht nur Patient*innen abholen, sondern auch medizinisches Fachpersonal beispielsweise für seltene Krankheitsbilder sensibilisieren. Ein hohes Potenzial, was derzeit von Pharma kaum genutzt wird, findet Marco Hamburger, Director Innovation & Consulting bei der in//touch: „Ärzte bzw. Ärztinnen, insbesondere die Fachärzte, sind heute größtenteils aufgeklärt. Die direkte Ansprache und Informationen von Patient*innen bietet hier aktuell einen Wettbewerbsvorteil gegenüber noch sehr konservativ agierenden Unternehmen. Während im OTC-Bereich messbar Abverkäufe gefördert werden, stehen im RX-Bereich die nachhaltige Disease Awareness, der Share of Voice für das Unternehmen und die Generierung von Insights bzw. Patient Findings im Vordergrund. Auch wenn Sie mehr Webseiten-Traffic, eine Verbesserung der Markenwahrnehmung erreichen wollen oder den Aufbau einer eigenen Community anstreben: Mit der richtigen Online-Marketing-Strategie können Unternehmen all das, aber vor allem auch ihre Patient*innen erreichen!“

Das Rundum-Sorglos-Paket: Die Online Marketing Rocket der in//touch

Die Online Marketing Rocket der in//touch ist dabei die erste Bestands- und Bedarfsanalyse der digitalen Kommunikation mit Patient*innen. Auf Basis der Analyse erhalten Unternehmen anschließend konkrete Handlungsempfehlungen für ein individuelles und optimiertes Kanal-Setup. Per Baukastensystem können dann alle Pakete und Kanäle bedürfnis- und zielorientiert flexibel miteinander kombiniert werden. „Wichtig ist hier natürlich, dass alles aus einer Hand kommt. Gemeinsam mit den Pharmaunternehmen erarbeiten wir deshalb eine Online-Marketing-Strategie, die sich nahtlos in das bestehende Kampagnen-Setup integriert. Dabei wählen wir ganz individuell und abgestimmt auf die persönlichen Zielsetzungen die passenden Kanäle aus – natürlich immer unter Berücksichtigung des Heilmittelwerbegesetzes, aber auch der Pharmakovigilanz- und Datenschutzrichtlinien!“, so Marie Wiederschein, Consultant Marketing Excellence & Execution bei der in//touch.

Die führende Omni-Channel-Strategieberatung übernimmt hierbei sowohl die anfängliche Beratung und strategische Ausrichtung der Kampagne, die Organisation wie Kommunikation zwischen allen Beteiligten und hat zusätzlich Kosten, aber auch die KPIs im Blick. Zudem kümmert sich das Team vorab um eine ausführliche Schulung aller Mitwirkenden – inklusive beispielsweise bei Kooperationen auch mit dem bzw. der Influencer*in selbst – und ein durchdachtes Nebenwirkungsmanagement.

Über die in//touch:

Die **in//touch** wurde 2013 aus der Erkenntnis heraus gegründet, dass allein die Verbesserung der Vertriebsstrukturen die Pharmaindustrie noch nicht revolutioniert. Es fehlt das Wissen zu modernen Omni-Channel-Konzepten, der Mut für neuartige Ideen und digitale Strategien. Im Fokus der Unternehmensberatung für Pharmaunternehmen stehen die Entwicklung und Umsetzung von omnimedialen, faktenbasierten und begeisternden Vertriebsstrategien und Kampagnen – immer mit dem Ziel, werthaltige Beziehungen im Healthcare-Bereich zu schaffen. Von der Beratung über die Strategieentwicklung, Projektleitung und Management bis hin zur Umsetzung und Erfolgskontrolle - das hoch qualifizierte Team rund um die General Manager Thomas-Marco Steinle und Wolfgang Höfers unterstützt Pharmaunternehmen in allen Phasen der Vermarktung, wobei der Dialog mit der Zielgruppe sowie das Wohl der Patient*innen stets im Vordergrund stehen. Die intouch hcc GmbH ist Teil der good healthcare group. Der Firmensitz der ghg good healthcare GmbH ist in Berlin mit einem weiteren Standort in Potsdam.

Über die good healthcare group:

Die **good healthcare group** hat es sich zum Ziel gesetzt, die anspruchsvolle Kommunikation zwischen Pharmaindustrie, Healthcare-Professionals und Patient*innen zu verbessern und damit alle Beteiligten dabei zu unterstützen, sich auf das kostbarste Gut zu konzentrieren: die Gesundheit des Menschen. Dafür entwickelt das Team unter der Leitung von Chief Operating & Performance Officer Dr. Heike Niermann, Chief Executive Officer Thomas-Marco Steinle, Chief Innovation & Consulting Officer Wolfgang Höfers und Chief Financial Officer Sebastian Schröter passgenaue Lösungen für alle Akteur*innen des Gesundheitssystems mit Fokus auf einem digitalen Ansatz, immer auf Augenhöhe und genau auf dem Kanal, der jeweils am besten passt. Von der Strategieentwicklung für Pharmaunternehmen über die individuelle Beratung von Healthcare-Spezialist*innen bis hin zu einer umfassenden Begleitung von Patient*innen, alle Services und Produkte werden stets von hoch qualifizierten Expert*innen entwickelt. Nachdem das Team bereits seit 2012 erfolgreiche Lösungen im Healthcare-Markt etabliert hat, wurde die good healthcare group 2015 als Dachmarke ins Leben gerufen, die als Allianz aus über 450 Healthcare-Spezialist*innen die Geschäftszweige **in//touch**, **+49 med**, **patient+** und **cso+** in einem Haus vereint. Der Firmensitz der ghg good healthcare GmbH ist in Berlin mit einem weiteren Standort in Potsdam.

Pressekontakt:

Manja Rehfeld | Mashup Communications GmbH | +49.30.25749580 | ghg@mashup-communications.de