

## Face to face punktet mit kurzen Fortbildungen und digitalen Modulen

20. Dezember 2016

**Live-Kommunikation nimmt im Marketingmix auch für Pharmahersteller und andere Unternehmen der Gesundheitswirtschaft eine immer wichtigere Rolle ein: Ob Ärzte-Fortbildungen, Außendiensttagungen, Schulungen oder Kongresse – es zählen methodisch und lerndidaktisch starke Konzepte, die darauf abzielen, Marketingpotenziale auszuschöpfen und Kunden zu binden.**



WIR ▾ SCHAFFEN ▾ WISSEN ▾ 



FACE TO FACE

Für die Vermittlung der Botschaften empfiehlt die Kölner Spezialagentur Face to face mit dem Credo „Wir schaffen Wissen“ die für Klientel relevanten Informationen attraktiv aufzubereiten und emotional so aufzuladen, dass sie beim Empfänger im Kopf verankert werden. „Nehmen wir als Beispiel Ärzte. Sie haben immer weniger Zeit pro Patient, sollen und müssen sich aber zusätzlich fortbilden. Ebenso sind sie stark am Austausch und Netzwerken interessiert. Also nimmt bei unseren Veranstaltungen die Bedeutung digitaler Elemente, etwa von Webinaren, E-Learning und Austauschplattformen, zu. Diese werden inhaltlich eng mit dem Wissen verknüpft, das die Teilnehmer live in den Veranstaltungen vermittelt bekommen“, erklärt Marco Dröge, Geschäftsführer von Face to face.

### Komprimiertes Wissen, für alle Sinne erlebbar

Im Zuge dieser Entwicklung werden Fortbildungen folglich immer kürzer, meist ohne Übernachtung. Das komprimierte Wissen muss, einer hervorragenden Dramaturgie folgend, für alle Sinne erlebbar vermittelt werden. „Hier setzen wir auf gestaltete Erlebniswelten, die dafür sorgen, dass dieses Wissen sich einprägt, nach dem Motto: Aus den Augen in den Sinn“, so Marco Dröge. „Einer unserer Schwerpunkte wird 2017 darin liegen, derartige knackige, kurze Fortbildungen für unsere Kunden umzusetzen, allein im Januar vier Auftaktveranstaltungen für führende Pharmaunternehmen. Der Clou ist, dass die einzelnen Module miteinander verknüpfbar und auch regional umsetzbar sind. Und in Kombination mit digitalen Elementen verlängert sich die Kontaktstrecke mit dem Arzt noch einmal.“

Relativ neu bietet face to face seinen Kunden auch die Umsetzung von „Kongress Updates“ an. „So wird eine Berichterstattung live vom Kongress ermöglicht – etwa mit der Zielgruppe der Ärzte, die nicht vor Ort sein können, oder eine Live Präsenzveranstaltung circa vier Wochen nach dem Kongress, um die Ergebnisse noch einmal aufzuarbeiten“, erläutert Marco Dröge.

Mehr über dieses Tool und andere Neuigkeiten erfahren Kunden und Interessierte auch auf der neu aufgesetzten Website [www.facetoface-gmbh.de](http://www.facetoface-gmbh.de), die unter dem Stichwort „Pinnwand“ aktuelle Entwicklungen beleuchtet, wichtigen Fragen nachgeht und Agentur-spezifische facts & figures bereithält.

Schlagwörter: [Event Partner](http://www.promedianews.de/thema/event-partner/) (<http://www.promedianews.de/thema/event-partner/>), [Live-Kommunikation](http://www.promedianews.de/thema/live-kommunikation/) (<http://www.promedianews.de/thema/live-kommunikation/>)

Newsletter abonnieren!

