

Pressemitteilung

face to face stellt während der expopharm den neuen APOcast vor:

Beim Podcast-Medium punkten Kundenbotschaften mit „Spaßfaktor“

Köln, im September 2018. Pünktlich zur expopharm im Oktober präsentiert die face to face GmbH während der Münchner Fachmesse ein nagelneues Produkt, für das sich besonders, aber nicht nur jüngere Zielgruppen begeistern: den APOcast. Mithilfe von rund fünfminütigen Podcasts kommen Produktinformationen und Botschaften von Pharmaunternehmen unterhaltsam, informativ und kurzweilig bei „jungen PTAs und Apothekern“ an. Dabei geht es inhaltlich etwa darum, die Hemmschwelle, die manch Apotheker hat, wenn es um Zusatzverkäufe geht, abzubauen. „Wir bereiten das Thema Cross-Selling im Beratungsgespräch so auf, dass es wirklich einen Mehrwert für die Hörer bietet“, erläutert Angela Hemme, Director Business Development Healthcare bei face to face. „Ziel ist, dass beim Gespräch mit dem Kunden die Bedürfnisse besser gesehen werden. Darüber wollen wir informieren, dafür wollen wir sensibilisieren. Deshalb bietet der APOcast Anregungen zu Fragestellungen wie: Wie hilft man als PTA fachlich fundiert bei der Entscheidungsfindung, welches OTC-Präparat das richtige ist? Wie gehe ich noch besser auf den Kunden ein? Wie erreiche ich ihn auch emotional?“

Ebenso können mit dem APOcast konkrete Informationen zu Präparaten interessant vermittelt werden, meint Angela Hemme: „Wir haben in den letzten Wochen etwa einen Podcast mit dem Titel ‚Alles Vene oder was?‘ produziert. Venenerkrankungen gehen viele an, da findet man eine Menge guter Aufhänger, etwa die Sommerhitze oder auch den Catwalk.“

Podcasts beliebt bei Weiterbildungsthemen

Podcasts sind ein stark wachsender Markt. Waren es im Jahr 2016 noch 14 Prozent, die bei einer Umfrage von Statista angaben, regelmäßig Podcasts zu hören, so sind es 2018 nach aktuellen Befragungen bereits 22 Prozent. Besonders gern werden die

digitalen Radioshows genutzt, wenn es um unterhaltsame Inhalte geht (54 Prozent), aber auch und gerade bei Themen aus Wissenschaft und Weiterbildung (49 Prozent).

„Wir haben das Format in den letzten Monaten immer weiterentwickelt“, erklärt Marco Dröge, Geschäftsführer der face to face GmbH, „so dass wir nun unseren Kunden eine breite Palette von möglichen Umsetzungen anbieten können – von Quizfragen über moderierte Diskussionsbeiträge bis hin zum Expertencheck. Und auch wenn die Themen mal schwieriger sind, wir finden immer einen emotionalen Anpack, einen humorvollen Ansatz oder besonders interessante Aspekte, die von allgemeinem Interesse sind.“ Die nötige Expertise in der Medien- und Contentproduktion bringt das Team der face to face GmbH von Hause aus mit, starke Partner runden das Paket ab.

Der APOcast: einmal produziert, immer wieder gehört

Ein überzeugendes Argument für den APOcast, so der Name des von der face to face GmbH kreierten Podcasts für die Zielgruppe der Apotheken-Beschäftigten, ist: einmal produziert, immer wieder gehört. Und für eine Wiedererkennung sorgen Jingles, sympathische Moderatorenstimmen und ein interessantes Storytelling. Angela Hemme ist sich sicher: „Von den APOcasts profitieren unsere Kunden ebenso wie die Inhaber oder Inhaberinnen von Apotheken – das ist Wissens-Vermittlung auf hohem Niveau, anschaulich und ‚leicht verdaulich‘ verpackt, mit einem hohen Spaßfaktor.“

face to face GmbH

Die face to face GmbH zählt zu den Top-Agenturen im Bereich Live Communication. Die Spezialisten für methodisch-didaktische Kreativkonzepte mit Sitz im Herzen von Köln betreiben Wissensvermittlung auf höchstem Niveau, unterstützt durch modernste Technologien. Die Stärke von face to face: Die Ziele des Kunden im Fokus, das lernwissenschaftliche Know-how im Gepäck, die Kreativität im Blut – für erfolgreiche, integrierte Kommunikation.

Kontakt face to face GmbH

face to face GmbH
Marco Dröge
Probsteigasse 15 - 19
50670 Köln

Tel.: +49.221.139708.0
Fax: +49.221.139708.20
E-Mail: presse@facetoface-gmbh.de
Web: www.facetoface-gmbh.de