



Norbert A. Froitzheim ist Verleger und Geschäftsführer des Deutschen Ärzteverlags und Mitglied des COMPRIX-Beirats: „Healthcare Helden nehmen den Digitalen Wandel sportlich.“

COMPRIX: Helden 2016

>> Mit dem Digitalen Wandel befindet sich auch die Healthcare Kommunikation in einem radikalen Umbruch. Die Branche braucht Helden – „Healthcare Helden“, die stilsicher und crossmedial durch die Neuen Medien navigieren und den Kunden in den Fokus ihrer Kommunikation setzen. Healthcare Kunden – das sind Ärzte und Apotheker, genauso wie Patienten und Endverbraucher. Sie alle sind zunehmend über die digitalen Touchpoints der Neuen Medien zu erreichen: in den sozialen Medien, die Awareness schaffen; auf Plattformen, die mit hochwertigem Content inspirieren; oder in Communities, die einen regen Austausch ermöglichen.

Mit zahlreichen Informations- und Bewertungsportalen werden Healthcare Kunden immer mündiger. Zum Beispiel informieren sich OTC-Verbraucher mittlerweile umfassend über Krankheitsbilder und mögliche Medikationen im Internet. Bis zu ihrem Arztbesuch haben Patienten heute viel mehr verstanden als früher. Gleichwohl besitzt der Arzt auch bei apothekenpflichtigen Mitteln nach wie vor seine Beratungs- und Verschreibungskompetenz. Sie macht das Zünglein an der Waage aus, wenn es um die Kaufentscheidung in der Apotheke geht.

Genauso wissen Ärzte und Zahnärzte den Komfort und Mehrwert digitaler Angebote immer mehr zu schätzen. Studien, Fortbildungen und Produktschulungen werden stetig um digitale Kanäle erweitert. Das verwundert

nicht, denn die ärztlichen „Digital Natives“ stehen bereits in ihren Startlöchern. Auch unter den älteren Jahrgängen ihrer Kollegen haben sie längst ihre Schatten weit vorausgeworfen. Fernab von klassischer Bannerwerbung kommen Ärzte wie auch Patienten heute in den Genuss crossmedialer Informations- und Aufklärungskampagnen, die offline wie online zu Interaktion und Engagement einladen und sie stark an Marke und Produkt binden.

„Healthcare Helden“ haben heute bereits bei ihrem Ansprachekonzept ihre verschiedenen Kundengruppen ganzheitlich im Blick: ihre Wünsche, ihre Ängste, ihre Sprache. Neben einer viel intimeren Kundenbeziehung wachsen auch die Healthcare-Akteure enger

<< Die Healthcare-Akteure wachsen enger zusammen. Pharmaunternehmen, Kreative, Mediaagenturen und die Medien selbst. Sie eint ein gemeinsamer Weg aus einigen Hindernissen und vielen Möglichkeiten. Und vereinte Köpfe versprechen bessere Kommunikation. >>

zusammen. Pharmaunternehmen, Kreative, Mediaagenturen und die Medien selbst. Sie eint ein gemeinsamer Weg aus einigen Hindernissen und vielen Möglichkeiten. Und vereinte Köpfe versprechen bessere Kommunikation. Um im Dschungel der Möglichkeiten eine Strategie zu fahren, die ankommt und Conversion in ganz neuen Dimensionen ermöglicht, bedarf es einer ganzheitlichen Sicht und mehr Win-Win-Kooperationen. So werden neue Verknüpfungen möglich ge-

macht und neue Touchpoints erschaffen. Und natürlich bedarf es auch an Mut und an Durchhalten, um Auftraggeber, Partner und Vorgesetzte für neue Wege in der Kommunikation zu gewinnen. „Healthcare Helden“ nehmen die vielen Möglichkeiten des Digitalen Wandels vor allem als Chance wahr, um ihre Visionen vernetzt und crossmedial zu verwirklichen. Sie nehmen ihre Kunden mit auf eine spannende Customer Journey, um Marke und Produkt nachhaltig erlebbar zu machen, zum Nachdenken anzuregen und auf den verschiedensten Kanälen zu sensibilisieren.

Der COMPRIX Gold Award, der wichtigste Kreativpreis der deutschsprachigen Healthcare-Branche, stellt mit der 24. Verleihung „Healthcare Helden“ in den Fokus. Mit der erstmaligen Aufnahme der Rubriken „Crossmediale Kampagne“ für die drei Produktbereiche Rx, OTC sowie für Non Rx/Non OTC spiegelt der COMPRIX die Entwicklung des Digitalen Wandels in der kreativen Healthcare-Kommunikation wunderbar wider. Auch das stete Wachstum

der Kategorie „Digitale Medien“ auf mittlerweile neun Rubriken bildet den Digitalen Wandel realistisch ab. Allein in diesem Jahr sind die Einreichungen insgesamt um 20 Prozent gestiegen. Der COMPRIX wächst – und beweist: Der Digitale Wandel treibt die kreativen Blüten in der Healthcare-Kommunikation, mehr denn je.

„Spot on“ für die COMPRIX Healthcare Heroes 2016! <<