

Psyma-Expertise Pharma-Unternehmen auf LinkedIn

*Wirkungsvolle digitale
Kommunikation*



Interesse wecken



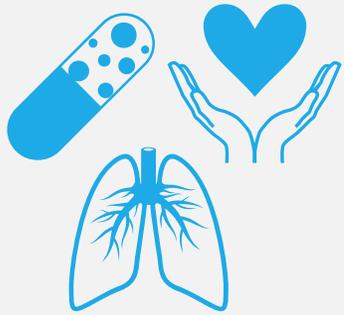
Interaktion fördern



Im Dialog bleiben

Interesse wecken, Interaktion fördern, im Dialog bleiben durch:

Umfangreiche Palette von LinkedIn-Themen
& Formate für breite Zielgruppen



„Wissensvermittlung“
(z.B. Podcast, Erklärvideos)



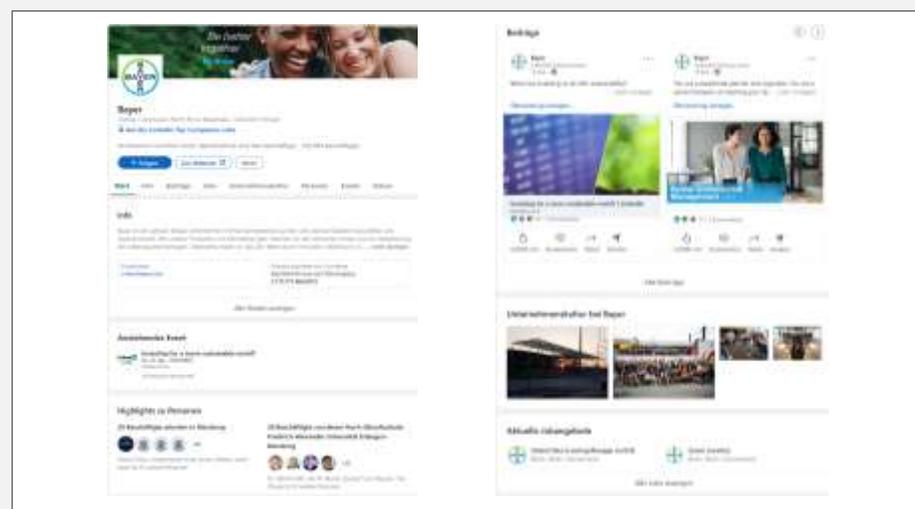
News / F&E-Updates / Kooperationen



Indikationen & Therapien usw.



Beispiel: Pharma Accounts LinkedIn (1)



ca. 3,65 Mio. Follower

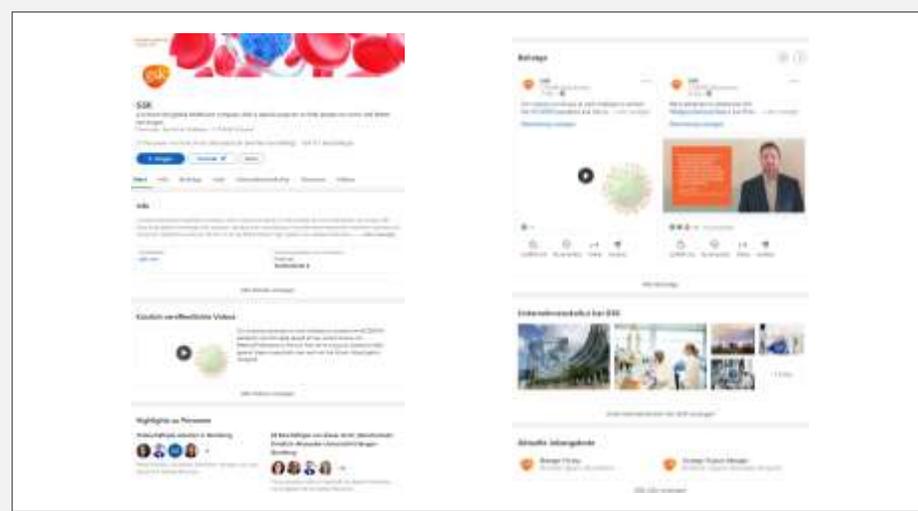
- **Posts:** Health for all (Nutrient Gap Initiative, Hunger for none), Zell- und Gentherapie, Klimawandel, Karriere, COVID-19
- **Videos:** Investor Relation mit Strategischer Ausrichtung, Live-Stream Präzisionsonkologie, Digital Campus Challenge 2021, World Health Day
- **Was auffällt:** G4A als digitale Partner- & Investitionsplattform für Startups / Gesundheitsunternehmen (<https://www.g4a.health/>)



ca. 1,17 Mio. Follower

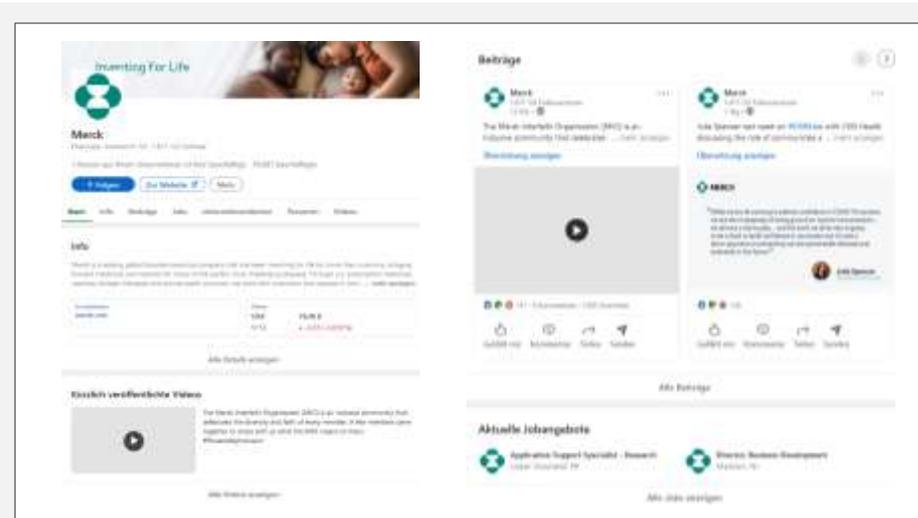
- **Posts:** Behandlung von verschiedenen Krankheiten (z.B. Adipositas, Schlaganfall, Krebs), Gesundheitsforschung für Mensch und Tier, Klinische Studien zu Krebs, Annual Results, Karriere
- **Videos:** Fachbegriffe einfach erklärt (z.B. pustulöse Psoriasis)
- **Was auffällt:** Podcasts zur Wissensvermittlung, Live-Talk zu Virtual Reality, Tiermedizin, Virtual Office Hours-Sitzung (Diskussion mit Experten)

Beispiel: Pharma Accounts LinkedIn (2)



ca. 2,73 Mio. Follower

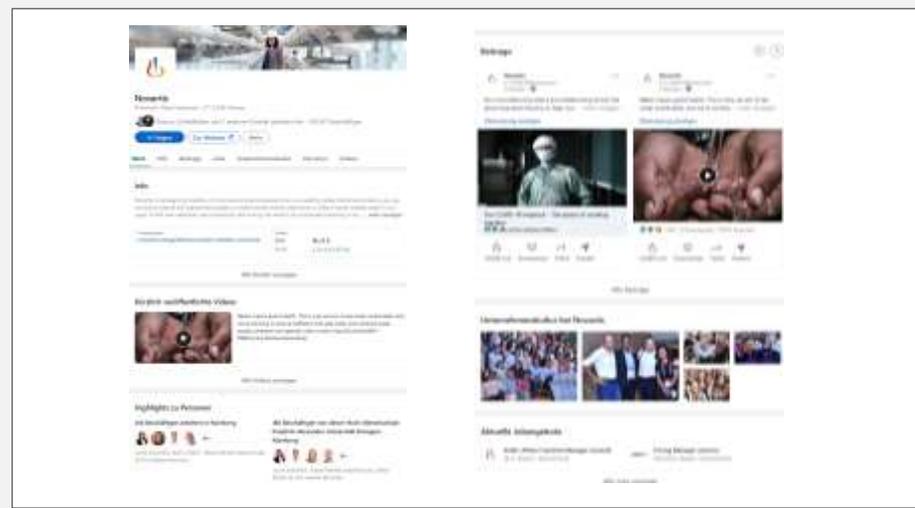
- **Posts:** COVID-19 (Therapiemöglichkeiten), Onkologie und Krebs, Inklusion, Transgender (Day), Luftverschmutzung, Karriere
- **Videos:** COVID-19, Cancer, Behind the science, WHW Week
- **Was auffällt:** Frontline Health Worker Program (Investition in Ausbildung: Partnering for better maternal, neonatal, child and adolescent health: GSK in partnership with CARE, Amref Health Africa and Save the Children), Verbraucherforschungsstudie (Europa/Asien)



ca. 1,67 Mio. Follower

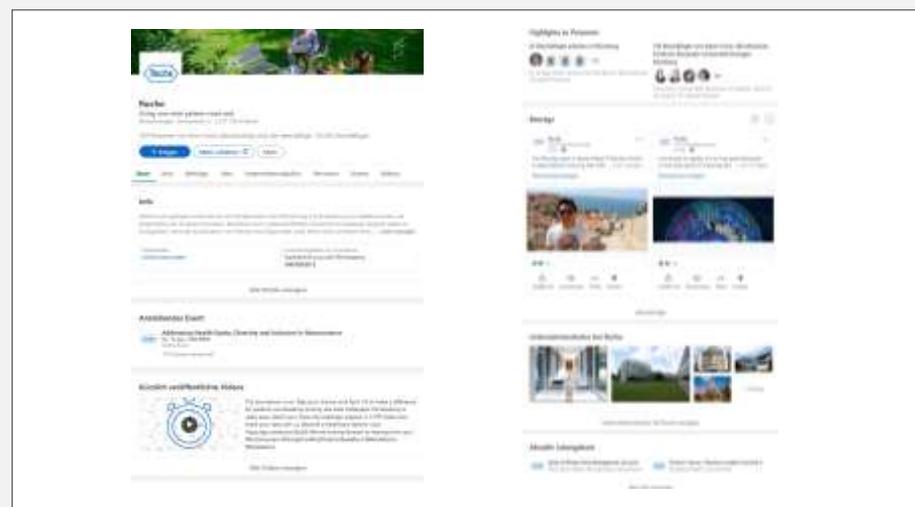
- **Posts:** Women in Science und Inklusion (Womens History Month), Cancer Care, COVID-19, Merck Interfaith Organization (MIO), Patient as Partners
- **Videos:** Insbesondere zu Karriere und Inklusion / Women in Science
- **Speziell:** Unternehmenseinblick mit vielen Details - zur Unternehmenskultur, Inklusion, Vielfalt der Jobmöglichkeiten speziell für Frauen

Beispiel: Pharma Accounts LinkedIn (3)



ca. 2,71 Mio. Follower

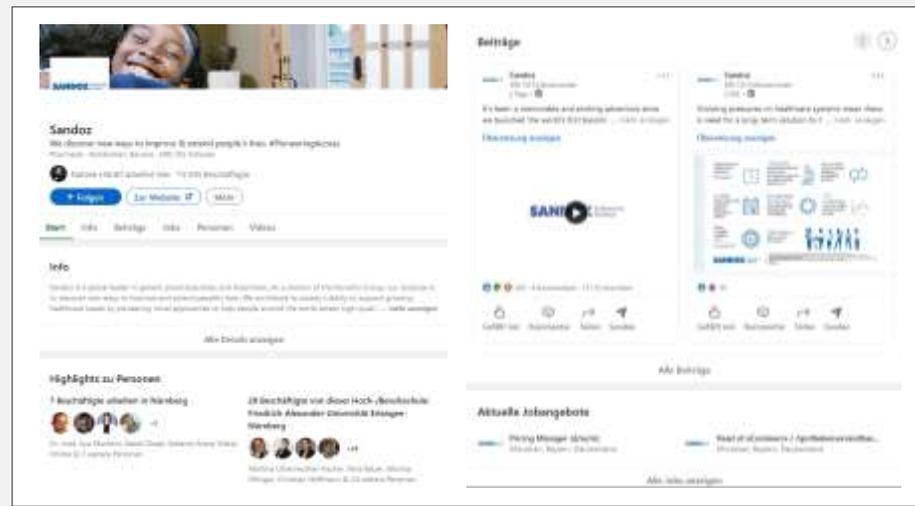
- **Posts:** COVID-19, Gentherapie
- **Videos:** Wasserqualität, 25 Jahre Novartis, Multiple Sklerose, World Cancer Day
- **Was auffällt:** Mentoren / Mitarbeiter im Bereich Karriere weltweit stellen sich und ihre Arbeit vor (mit Verlinkung zu Novartis „Success“ Storys)



ca. 2,23 Mio. Follower

- **Posts:** Gentherapie mit Wissenschaftsstand / Entwicklungen / Vorteile, Podiumsdiskussionen / Tagungen, COVID-19, Karriere: Internationale Mitarbeiter stellen sich vor (mit Verlinkung zur Jobsuche)
- **Videos:** COVID-19 Testoptionen, klinische Entscheidungsunterstützung
- **Was auffällt:** „Personalised healthcare“ (Vermittlung von Pflegecoach), Gesundheits-Explorer (mit Ideen durch Co-Creation und Mentoren zur Lösung realer Datenherausforderung in der Pharmabranche beitragen)

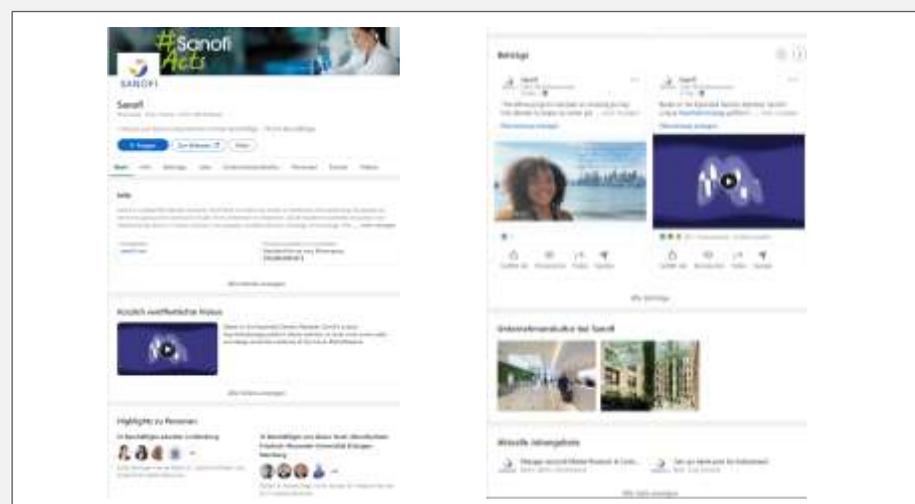
Beispiel: Pharma Accounts LinkedIn (4)



ca. 600 TSD Follower



- **Posts:** Einfluss von COVID-19, Ask for Generics, Informationen zu Biosimilars (Kongress), Karriere
- **Videos:** Biosimilars (15 Jahre Erfolgsgeschichte), World Health Day
- **Was auffällt:** Innovationen durch Biosimilars - Ziel: Potenziale, um Kosteneinsparungen zu erzielen



ca. 2,69 Mio. Follower



- **Posts:** Diverse Erkrankungen (Diabetes, Hämophilie, Onkologie), Inhalte zu Produktstandorten und Erklärungen zu Erkrankungen & Ursachen, COVID-19
- **Videos:** Podcast Innovation & Gesundheit, Genetisches Alphabet, Gender
- **Was auffällt:** iMove-Programm (Sanofi Work Abroad Program)

Genetisches Alphabet: Das Design von Arzneimitteln kann verändert und optimiert werden. Das öffnet die Tür zur Entwicklung neuer Medikamente und ermöglicht, therapeutische Lücken zu schließen.
<https://www.sanofi.de/de/sanofi-in-deutschland/news-stories/erweitertes-genetisches-alphabet-synthorine>

Im Überblick: Pharma Accounts LinkedIn

Positionierung

Z.B.:



- Eigene Kompetenz bei F&E; Anbieter für Corona-Impfstoff
- Verantwortung für Social Responsibility; Gentherapie; weltweite Arzneimittelabdeckung; „bessere Ergebnisse für Patienten“
- Klimawandel (Nachhaltigkeit), Bevölkerungsentwicklung und Gesundheit

Gemeinsamkeiten

Z.B.:



- Videobotschaften von/über Mitarbeiter; Erklärvideos / Podcasts (Fachbegriffe einfach erklärt; Behind science), World Health Day
- COVID-19; Allgemeine Info zu Erkrankungen (insbesondere Krebs) und Therapiemethoden
- Unternehmenskennzahlen; Kooperationen; Stellenausschreibung

Was auffällt / Differenzierung

Z.B.:



- Karrierethemen mit Vorstellung von Mitarbeitern und ihrer Aufgaben; Arbeiten im Ausland (Programme); Mentoring / Diskussion mit Experten und Live-Talks
- Inklusion / Frauen in der Wissenschaft; Verbraucherstudien (z.B. zur Impfbereitschaft), Innovationen durch Biosimilars

Chancen nutzen: Mit sinnvollen Forschungsfragen den Erfolg sichern!



Tatsächliche Nutzer verstehen

- Welche Zielgruppe interessiert sich für welche **Inhalte und Formate**?
- Wie **intensiv** werden Themen genutzt – wie wird **interagiert**?
- **Zielgruppen**: Interessierte an Karriere, General Public, Ärzte, Patienten / Angehörige, Stake- & Shareholder etc.



Optimieren von Content & Formaten

- Wie werden **Kommunikationsbotschaften**, Inhalte und Formate **bewertet**?
- Was **überzeugt tatsächlich** – und was begeistert?
- Was sind **aktuelle Stolperfallen** im Dialog bzw. der Interaktion?



Erfolg messen und Budget priorisieren

- Wie werden **Content, Format/ Kanal und Zielgruppe** konsistent abgestimmt?
- Was sind **Do's und Don'ts** beim eingesetzten Budget?
- Wo sollten also **Schwerpunkte** gesetzt werden / sind vorhandene Ressourcen **optimal** eingesetzt?

Lösungen: Flexible Ansätze für individuellen Forschungsbedarf

Anforderung identifizieren

Feedback der Anwender für Optimierungen nutzen

Erfolg messen

Online Community

Co-Creation mit tatsächliche / potenzielle Anwender

- Tagebuch
- Chat / Forum
- Gruppenarbeiten



Agile Usability Testing

Qualitative, fallbasierte Evaluierung mit Anwendern

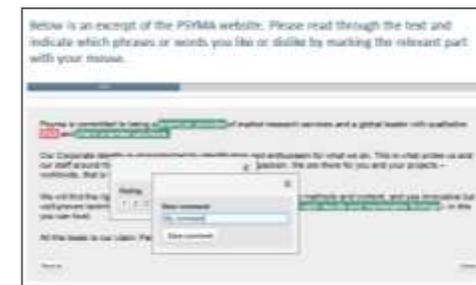
- 1 Tag schnelles Testen
- Umsetzbare Erkenntnisse direkt nach dem Testen



Look & Feel-Testing

Qualitatives Feedback und quantitative Bewertungen

- Texte bewerten
- Visuelle Vorlagen kommentieren
- Große Stichprobe, aber kosteneffektiv



Online-Survey

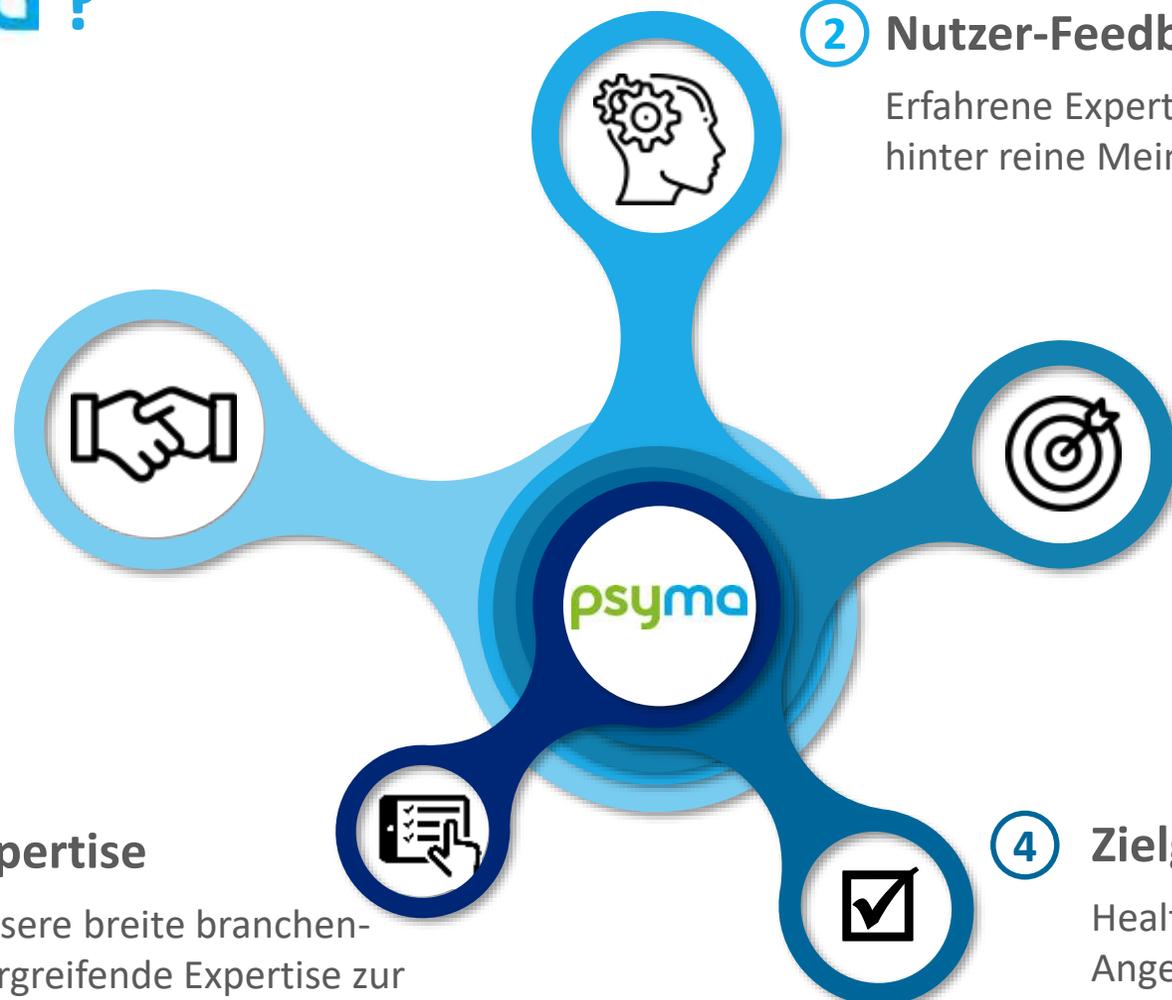
Messung des Status-quo: Wer, Was, Wann, Wie

- Touchpoint-Befragung mit Nutzern
- Access-Panel für definierte Zielgruppen
- Datenbank mit Bestandskunden



Warum psyma ?

- 1 Unabhängiger Partner**
 Durch die externe Perspektive zu unabhängigen Ergebnissen.



- 2 Nutzer-Feedback verstehen**
 Erfahrene Experten, die Nutzer verstehen und hinter reine Meinungsäußerungen blicken.

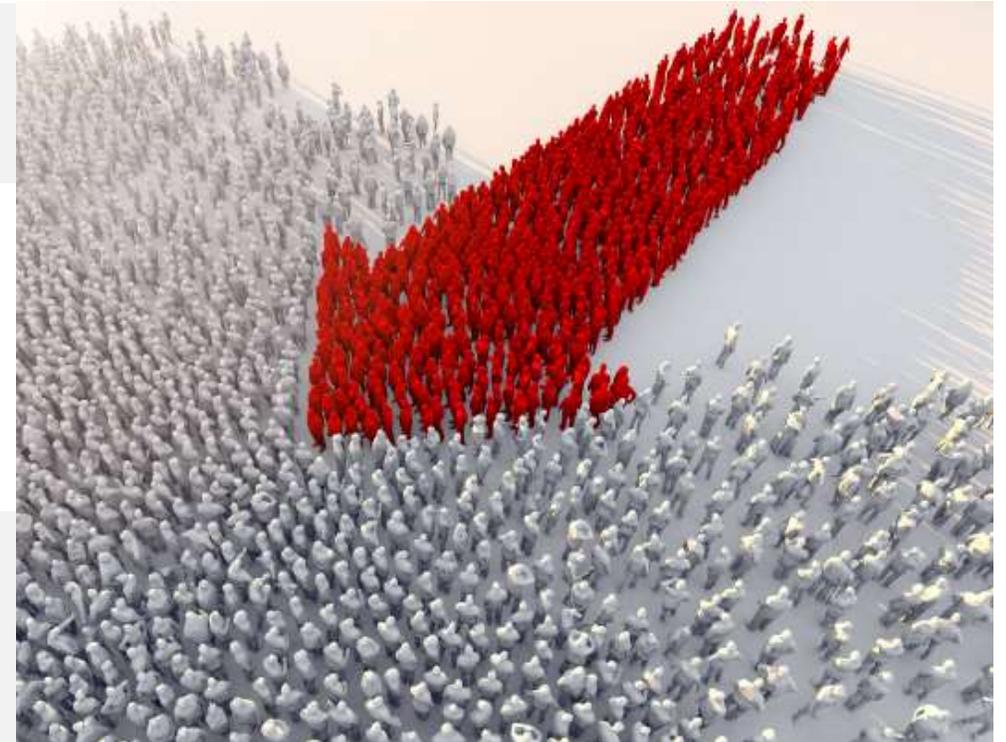
- 3 Valide Rekrutierung**
 Professionelles Set-up für den Kanal, um relevante Zielgruppen und aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen.

- 5 Digitale Expertise**
 Nutzen Sie unsere breite branchen- und kanalübergreifende Expertise zur Optimierung Ihrer Kommunikation!

- 4 Zielgruppen im Blick**
 Healthcare Professionals, Patienten & Angehörige, Stake- & Shareholder, Karriereinteressierte etc. – mit ihren „Needs“ in Social Media Kanälen

Ihr Interesse: Unsere Herausforderung!

1. Sie wollen wissen, wie Ihre Inhalte auf Xing / LinkedIn **wirken und tatsächlich wahrgenommen** werden?
2. Möchten Sie mit **zielgruppengerechten Botschaften** zum richtigen Zeitpunkt Ihre Nutzer überzeugen?
Und sie zum **nächsten Schritt / Kontakt / Interaktion** mit Ihrem Unternehmen führen?
3. Sie möchten besser verstehen, mit welchem **Mix von Content, Format und Kanal** Ihre Kommunikation und Positionierung noch erfolgreicher werden?



Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme / Nachricht!

The logo for psyma, with 'psy' in green and 'ma' in blue, is centered within a white rounded rectangular shape on a green background.

Passionate People.
Creative Solutions.

Tel +49 (0)911 99574-970
E-Business-Sales@psyma.com