



B2B-Marketing aus Industriesicht

Stephan Hellwig, Marketingleiter

DEUTSCHE

FACHPRESSE

das b2b-netzwerk

OPED

Mit uns geht's weiter.

Über uns

OPED GmbH

Entwicklung, Herstellung und Vertrieb
von medizinischen Produkten

Ca. 1000 Mitarbeiter, davon 17 im
Marketing



Unsere Mission

OPED bietet nachhaltig produzierte Hilfsmittel und digitale Nachbehandlungskonzepte für einen optimalen Versorgungsprozess in Klinik, Praxis und zu Hause.



Unser Markt

„Der Kernbereich, auch erster Gesundheitsmarkt genannt, umfasst den Bereich der ‚klassischen‘ Gesundheitsversorgung, die größtenteils durch die gesetzliche Krankenversicherung (GKV) und die private Krankenversicherung (PKV) einschließlich Pflegeversicherung finanziert werden.“

Quelle: Bundesgesundheitsministerium



Unsere Zielgruppen

- Ärzte, Pflegekräfte und Einkäufer im Krankenhaus und Praxis
- Orthopädietechniker und Physiotherapeuten in Sanitätshäusern und Praxen
- Geschäftsleiter, Verhandler und Sachbearbeiter bei Krankenkassen
- Patienten (Beeinflusser)



B2B Buyer Journey*

- Problemidentifikation
- Lösungsexploration
- Anforderungsaufbau
- Lieferantenauswahl
- Validierung
- Konsenserstellung

*Nach Gartner 2020





Was hat sich in
den letzten
Jahren
verändert?

Unser B2B Kunde von heute

- ...ist digital: Die Customer Journey von mehr als 60% der Kunden beginnt im Internet.
- ...fällt seine Kaufentscheidung in bis zu 90% der Fälle, bevor er mit dem Vertrieb in Kontakt gekommen ist.
- ...agiert zielgerichtet: 97% wissen schon vorher, welchen Anbieter sie bevorzugen.



Unser B2B Kunde von heute

- ...trifft seine Entscheidungen in einem Buying-Team, bestehend aus ca. 2-3 Personen.
- ...setzt sich mit rund 11,4 Contents auseinander, bevor er eine Kaufentscheidung trifft.
- ...ist anspruchsvoll: 89% der Kunden erwarten, dass der Anbieter ihre Bedürfnisse versteht.

Quellen: B2B Buyer's Report 2017 | Rocket Fuel 2016

24.01.2022

Stephan Hellwig



Herausforderungen

- Entscheidungsprozesse dauern länger
- Absatz lässt sich schwerer mit Werbeinvestition in Verbindung bringen
- Auch B2B Käufer entscheiden emotional





Wie schaffen wir
es auf die
Shortlist unserer
Kunden?



Wie kommen
wir auf das
Smartphone
unseres
Kunden?

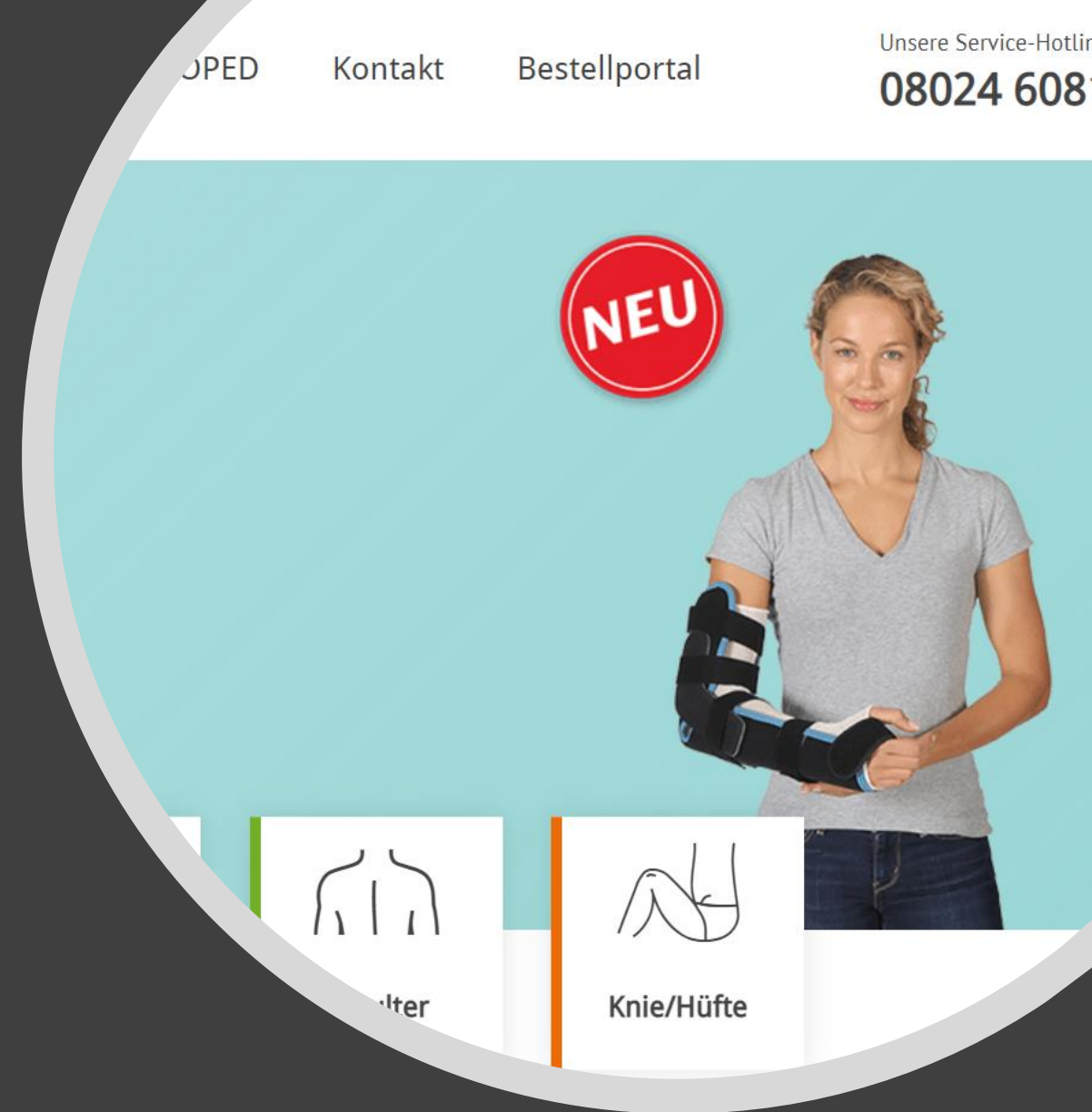
Outbound Kanäle

- Vertrieb
- Maßgeschneiderte Veranstaltungen von Angesicht zu Angesicht
- Ausstellungen / Messen
- Gedruckte Marketingmaterialien
- Studienförderungen / Stiftungen
- Direktwerbung
- Social Advertising (Paid Ads)
- Digitale Fachpressewerbung
- Print Fachpressewerbung
- Technische PDFs zum Download



Inbound Kanäle

- SEO
- Website
- Social Media
- Blog
- Webinare
- Podcast
- Video-Reihe
- Automatisierung / E-Mail
- PR



Unsere Ziele

- Lead-Generierung
- Kleinkundenmanagement
- Marke, Botschaft und Positionierung





Welche
Bedeutung
haben
Fachmedien?

High-Involvement

- Branchenspezifische Fachzeitschriften sind wichtig für unsere Zielgruppe
- Die Nutzung von Fachzeitschriften ist ritualisiert
- Fachzeitschriften sind Teil der beruflichen Alltagsroutinen
- Viel Zeit für Fachmedien
- Hohes Aufmerksamkeitslevel
- Ein Unternehmen, das sich eine häufige Werbepräsenz in den führenden Branchenzeitschriften leisten kann, bezeugt seine ökonomische Stärke



Imagetransfer für OPED

- Innovative Produkte
- Wissenschaftliche Arbeit
- Nachhaltige Lösungen



Exzellenz in der Schulterchirurgie



Sie bewältigen Ihre täglichen Aufgaben routiniert und kompetent? Das genügt Ihnen nicht? Sie wollen zu den Besten Ihres Faches gehören?

Herausragende Experten bringen ihr Wissen für Sie auf den Punkt. Inhaltliche Schwerpunkte bilden:

- Spezielle chirurgische und funktionelle Anatomie
- Indikationsstellung
- spezialisierte Methodenkompetenz mit Meilen- und Stolpersteinen
- Komplikationsmanagement

jeweils im Gesamtkontext der Begleiterkrankungen

Thieme und Springer

- Zeitschrift für Orthopädie und Unfallchirurgie
- Sportverletzung Sportschaden
- Orthopädie und Unfallchirurgie up2date
- Arthroskopie am Kniegelenk (Buch)
- Handchirurgie (Buch)

Fachgesellschaften

- Manuals
- Hefte
- PDFs
- Veröffentlichungen der Komitees
- Zeitschriften
- ...



Content Manager Studien

- Aufbereitung Studienergebnisse nach Zielgruppen
- Erarbeitung Veröffentlichungsstrategie Studienergebnisse (Kommunikationsmix) (Vorträge/Zweitveröffentlichung etc)
- Erstellung Content in Support von externem Medical Writer und deren Publikation über verschiedene Formate
- Erstellung von Studienzusammenfassungen mit Key Facts je Indikation/ Anwendungsfeld



Fazit

- Wir erreichen im Idealfall die richtigen Personen in der richtigen Verfassung.
- Das redaktionelle Umfeld und die Reputation im Markt schafft Vertrauen.
- Werbung in Fachmedien zeigt allen Marktpartnern, dass wir ein potenter Player sind.





Vielen Dank

Stephan Hellwig

0170-2455567

s.hellwig@oped.de

LinkedIn: Stephan Hellwig

Fotos: unsplash