



Online-Seminare
01. und 02. Juli 2025

Digital Marketing Strategie | B2B Business

Modul 1 | 01.07.2025 | Digital Marketing im Überblick

- > Grundlagen einer Digitalstrategie
- > Customer journey
- > Multichannel und Omnichannel Marketing

Modul 2 | 02.07.2025 | Social Media

- > Content Marketing
- > Social Media Strategie
- > B2B-Netzwerke
- > Social Media Kanäle

Digital Marketing Strategie | B2B Business

01. Juli und 02. Juli 2025 | Online-Seminare

Übersicht

Thema

Digitales Marketing spielt eine große Rolle im Business-to-Business-Marketing (B2B). In der MedTech-Branche ist das B2B-Marketing jedoch besonders anspruchsvoll, da die Zielgruppen, insbesondere Ärzteschaft und Klinikeinkauf, online schwer zu identifizieren sind. Somit steht für MedTech-Unternehmen zunächst Beziehungsmarketing im Vordergrund. Der Fokus liegt auf dem Aufbau langfristiger, vertrauensvoller Beziehungen mit der potenziellen Kundschaft.

Unsere Webinare behandeln folgende Schwerpunkte:

- > **Modul 1 | Digital Marketing im Überblick**
- > **Modul 2 | Social Media**

Modul 1 gibt einen umfassenden Überblick über die vielfältigen Facetten des Digital Marketings. Von den grundlegenden Konzepten bis hin zu den neuesten Trends und Technologien.

Auf die Welt der Social Media konzentriert sich das **Modul 2**. Hier lernen Sie nicht nur die verschiedenen Plattformen kennen, sondern auch, wie Sie diese strategisch für Ihr Unternehmen nutzen können.

Die Seminare sind interaktiv gestaltet, um sicherzustellen, dass das Gelernte in der Praxis umgesetzt werden kann. Es besteht die Möglichkeit, die Module einzeln oder beide Module zusammen zu einem Vorteilspreis zu buchen.

Ziele

Anhand zahlreicher Tools und Best Practices zeigen wir, wie die einzelnen Online-Marketing-Disziplinen für MedTech-Unternehmen eingesetzt werden können.

Ziel der Webinare ist, die Teilnehmer:innen in die Lage zu versetzen, eine erfolgreiche Digital Marketing Strategie im B2B-Marketing zu konzipieren.

Zielgruppe

Die Webinare richten sich an alle Interessierten in Stabsstellen, Produktmanagement, Marketing und Assistenzbereichen von kleinen und mittelständischen Unternehmen der Med-Tech-Branche und Mitarbeitende im Marketing, die ihr Wissen erweitern wollen.

Referentin

- > **Miriam Lukenda**
Digital Marketing Strategin & Gründerin
Lukenda Consulting | Wetzlar

Moderation

- > **Lisa Gericke**
Referentin BVMed-Akademie
Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed) | Berlin

Anmeldung bis 30.06.2025 unter www.bvmed.de/digital-marketing-25

Die Teilnahme ist nur nach vorheriger Anmeldung möglich, für die Sie eine Anmeldebestätigung per E-Mail erhalten.

Eine kostenfreie **Stornierung** ist bis spätestens 5 Werktage vor Beginn der Reihe bzw. dem Einzelwebinar möglich. Danach wird die volle Teilnahmegebühr auch bei Nichtteilnahme fällig. Eine Teilerstattung bei Beendigung der komplett gebuchten Reihe vor dem letzten Webinar ist ausgeschlossen.

Die Teilnehmer:innen erhalten (je nach Buchung) ein **Teilnahmezertifikat** für die komplette Webinarreihe bzw. für die Absolvierung des Einzelwebinars.

Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühren gelten pro Person. Inbegriffen sind die Webinarunterlagen.

Die Rechnungslegung erfolgt nach Durchführung des Webinars bzw. nach Durchführung des ersten Webinars bei Buchung der Webinarreihe. Die Teilnahmegebühren werden nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug fällig.

Kombi-Vorteilspreis:

BVMed-Mitglied
570,00 Euro | zzgl. 19% MwSt.
678,30 Euro | inkl. 19% MwSt.
Nicht-Mitglied
620,00 Euro | zzgl. 19% MwSt.
737,80 Euro | inkl. 19% MwSt.

Einzelnes Webinar:

BVMed-Mitglied
360,00 Euro | zzgl. 19% MwSt.
428,40 Euro | inkl. 19% MwSt.
Nicht-Mitglied
390,00 Euro | zzgl. 19% MwSt.
464,10 Euro | inkl. 19% MwSt.

Einwahldaten

Den Teilnehmer:innen werden die Zugangsdaten spätestens 2 Tage vor Webinarbeginn per E-Mail übermittelt.

Veranstalter

BVMed-Akademie
c/o Bundesverband Medizintechnologie e. V.
Georgenstraße 25 | 10117 Berlin
Tel. | +49 30 246255-0
info@bvmed-akademie.de
www.bvmed-akademie.de

Die BVMed-Akademie behält sich den Wechsel von Dozenten und/oder Verschiebungen bzw. Änderungen im Programmablauf vor. Muss eine Veranstaltung aus Gründen, die die BVMed-Akademie zu vertreten hat, ausfallen, so werden lediglich bereits gezahlte Teilnahmegebühren erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Digital Marketing Strategie | B2B Business

01. Juli und 02. Juli 2025 | Online-Seminare

Programm

Modul 1 | 01. Juli 2025

- 08:50 Uhr *Registrierung*
- 09:00 Uhr **Begrüßung und Vorstellungsrunde**
- 09:15 Uhr Miriam Lukenda
Wie Technologie das Kundenverhalten beeinflusst
> Onlinekanäle im Überblick
> Generelle Herausforderungen im Marketing
- 09:45 Uhr **Grundlagen einer Digitalstrategie**
> Digital Marketing-Rahmenbedingungen
> „SMARTe“ Zielsetzung
> Messbarkeit -Tools und Tracking richtig nutzen
- 10:15 Uhr **Digitale Transformation**
- 10:30 Uhr **Was ist eine Customer journey und was sind die Herausforderungen?**
- 10:45 Uhr **Gruppenarbeit Customer journey**
- 11:30 Uhr *Pause*
- 12:00 Uhr **Ihre Zielgruppe verstehen lernen**
Gruppenarbeit Persona vs. Segment
- 13:30 Uhr **Multichannel und Omnichannel Marketing**
- 13:45 Uhr Fragen und Diskussion
- 14:00 Uhr *Ende Modul 1*

Modul 2 | 02. Juli 2025

- 08:50 Uhr *Registrierung*
- 09:00 Uhr **Begrüßung der Teilnehmer:innen**
- 09:05 Uhr Miriam Lukenda
Warum Personen nicht mehr Marken folgen, sondern den Personen dahinter
> Gutes Content Marketing
> Storytelling
- 09:45 Uhr **Warum eine Social Media Strategie essenziell wichtig ist und was sie beinhaltet**
- 10:15 Uhr **Fallbeispiele**
- 10:45 Uhr **Social Media Strategie anwenden**
> Wie fokussiere ich anhand meines Contents
> Wie baue ich einen neuen Social Media Kanal auf?
> Welche Rolle spielen Content Planung und Vorbereitung?
- 11:30 Uhr *Pause*
- 12:00 Uhr **B2B-Netzwerke, Employer Branding, Corporate Influencer und Social CEO**
> Wie kann ich meine Mitarbeitenden einbinden?
- 12:30 Uhr **Künstliche Intelligenz (KI) im Rahmen von Social Media**
- 13:00 Uhr **Social Media Kanäle**
Welche Kanäle gibt es und wofür nutze ich was?
- 13:30 Uhr **LinkedIn**
> LinkedIn Nutzung und Kontext
> Strategische Vorüberlegungen (Verantwortliche, Budgets, Ressourcen)
> Unternehmensprofil einrichten
> Company-Page-Konzept (Company Pages (Unternehmensseiten), Produktseiten, Fokuseiten, Karriereseiten)
- 14:15 Uhr Fragen und Diskussion
- 14:30 Uhr *Ende Modul 2*