

Digital markedsføring af medicinsk udstyr

08.30 – 09.00	Registrering og morgenmad
09.00 – 09.10	Velkomst ved Medicoindustrien
09.10 – 10.10	Introduktion til markedsføring af medicinsk udstyr <ul style="list-style-type: none">- Er der særlige regler for markedsføring af medicinsk udstyr? Hvordan er reklame defineret og hvad er en sundhedsperson?- Er det reklame, hvis man samarbejder med en sundhedsperson eller tilbyder en gratis vareprøve?
10.10 – 10.30	Kaffepause
10.30 – 11.30	Kommunikation på tværs af grænser <ul style="list-style-type: none">- Internettet kender ikke grænser – hvilket lands lov gælder og hvilke regler bør man have fokus på?- Har det betydning, hvem modtageren er og hvordan navigerer vi mellem reklame og ”information”, fx om udstyret, sygdomsområdet eller virksomheden?
11.30 – 12.00	Digital markedsføring <ul style="list-style-type: none">- Er det foreneligt med reklamereglerne at rette henvendelse direkte til læger, patienter eller andre ved e-mail, bannerreklamer og SEO?- Hvem har ansvaret for det indhold, som patienter, læger, kunder, medarbejdere eller andre brugere slår op på jeres hjemmeside eller SOME-profil?
12.00 – 13.00	Frokost
13.00 – 14.30	Opgave – inkl. løsning i grupper og diskussion
14.30 – 14.50	Kaffepause
14.50 – 15.50	Case fra den virkelige verden – do’s and don’ts <ul style="list-style-type: none">- Konkrete erfaringer fra stor international virksomheds håndtering af et nordisk Facebook-community med sygdomsoplysning og relevant reklame for medicinsk udstyr. Casen illustrerer overvejelser inden og udfordringer undervejs – og ikke mindst behovet for et beredskab til at håndtere brugernes eget indhold.
15:50 – 16.00	Afrunding