



8. Jahrestagung

Digit Pharma

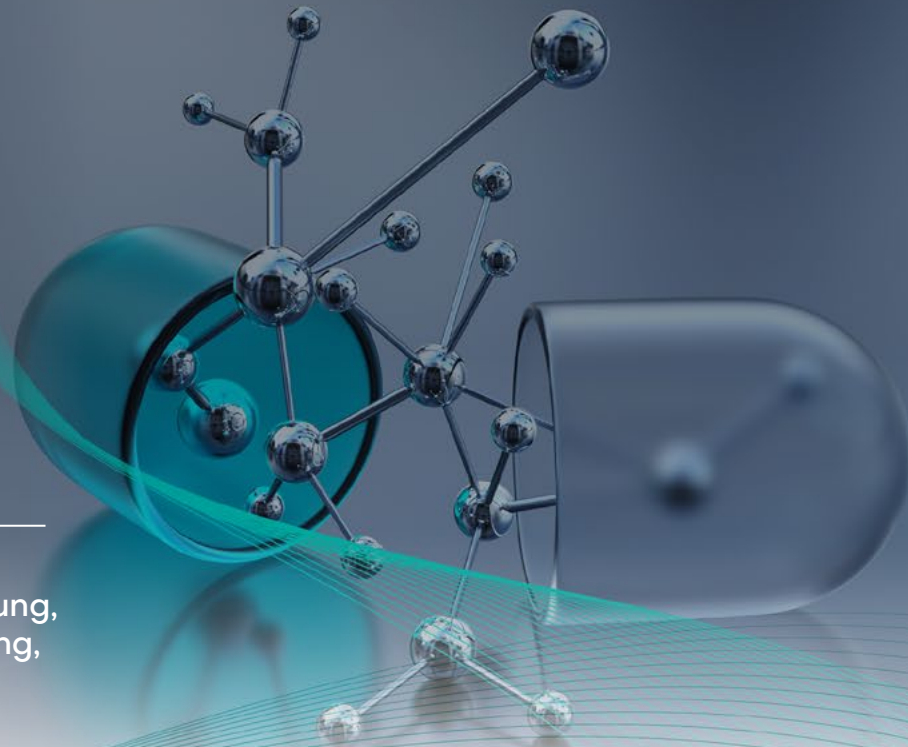
Commercial Excellence & eHealth 2024

FOKUSTAG GENERATIVE AI

10.-12. September 2024 | Hilton Düsseldorf

Pharma Sales & Marketing im digitalen Zeitalter:

Skalierung Omni Channel, Datenbasierte Orchestrierung und Personalisierung, GenAI-Revolution & eHealth-Updates, Innovationen bei Patientenversorgung, Gesundheits-Daten, DiGAs



DIERK BARTEL
Head of Comex
DACH,
Grünenthal
Pharma



DR. KATI WEGNER
Director Omnichannel
Excellence,
Pfizer



**DIMITRI
METZGER**
Technology Lead
in Healthcare R&D,
Merck



FLORIAN GÄNG
Director, CX &
Service Design,
Bayer



SILVIA BELLMANN
Bereichsleitung
Arzneimittelversorgung,
AOK Bayern



MORGWN SHAW
Associate Director,
Omnichannel
Experience,
Strategy, Planning &
Production,
Bristol-Myers
Squibb



**DR. MED. MICHAEL
VON WAGNER**
CMIO,
Universitätsklinikum
Frankfurt

SPONSORS:



COMMERCIAL PHARMA



COMMERCIAL EXCELLENCE, MARKETING & VERTRIEB:

Sales Effectiveness mit next best action und Echtzeit-Support bei Face2Face Gesprächen – Hyper personalized Marketing und Sales – Personalisierte Marketing Content Kreation mit GenAI und Daten für höchst personalisierten Output



SCALING OMNI CHANNEL:

Datenbasierte Orchestrierung und Personalisierung des Omni Channels: Kontinuierliche und nachhaltige Integration sowie Skalierung auf allen Ebenen, Sales Effectiveness, Personalisierte Ansprache, Content Strategien, Video, Content, KI, Customer Journeys, Neue Technologische Ansätze



MARKTZUGANG:

Real World Data & Real World Evidence, Insights für Patientenergebnisse



NEUE DIGITALE KANÄLE UND PLATTFORMEN:

Technologien zur Automatisierung und Effizienzsteigerung (Generative AI, Next Best Action u.a.)



DATEN & DATENGESTEUERTE HERANGEHENSWEISEN:

Analytics Dashboards, Datengesteuerte Entscheidungen bei der Ansprache und Content-Strategie, Nutzung von synthetischen Daten. Innovative Ansätze zur Zusammenstellung vielfältiger und repräsentativer Datensätze.



MINDSET UND CHANGE:

Motivation für digitales und datengesteuertes Denken beim Außendienst, Data & AI Literacy



KOMMUNIKATION MIT HCP VERBESSERN:

CX Transformation, Bedürfnisse der Ärzte verstehen, Synergien mit Medical Affairs, neue Kommunikations-Tools



MEDIZINTECHNIK MARKETING & SALES:

Was kann die Pharmaindustrie von Medtech lernen?



GENERATIVE AI:

Einblicke in Commercial Excellence Business Cases mit Generative AI zur Steigerung der Produktivität und Kostenreduktion; Bildung von Generative AI Strategien & Modellen, Change-Management – Zusammenarbeit AI – Bot – Mensch; Reskilling und Upskilling



GOODBY WRITING - HELLO PROMPTING:

Kunst des Prompt-Engineerings lernen um passende und besser Ergebnisse mit Gen AI zu erzielen. Wie kann man ChatGPT und andere große Sprachmodelle verwenden, um zuverlässige Systeme aufzubauen?

eHealth



eHealth Daten:

Gesundheitsdatennutzungsgesetz (GDNG) und dessen Auswirkungen für Pharma und Patientenversorgung (F&E, Arzneimittelsicherheit). Harmonisierung auf EU-Ebene (European Health Data Space)



ePA, eRezept und Digitalisierung der Gesundheitssysteme:

Neue Möglichkeiten bei Patientenversorgung und Arzt-Patientenkommunikation, digitalisierung bei Krankenkassen



Digitalisierung bei Krankenhäusern:

Digital Twin, Digitalisierung in der Krankenhauspharmazie (eRezept, eBMP), Cybersecurity



DiGA:

Updates des DiGA Gesetzes, Preisgestaltung und Verhandlungen, Startups und Partnerschaften mit Pharma, Updates der Behörden (BfArM, BMG), Marktzugang und Evidenz, Nutzung von KI, Potenzial des GDNG für DiGAs.



Innovationen bei Digital Health:

Digital Twins, Chatbots, virtuelle Assistenten, Generative AI, digitale Praxen, innovative Patientenversorgung und -Kommunikation.

SPRECHER*INNEN 2024

KONFERENZVORSITZENDE:



DR. KATI WEGNER
 Director Omnichannel
 Excellence
 Pfizer

VORSITZENDER FOKUSTAG:



DIMITRI METZGER
 Technology Lead in
 Healthcare R&D
 Merck Group



KLAUS SUWELACK
 Digital Health Expert formerly
The Janssen Pharmaceutical
Companies of Johnson & Johnson



JAN TÖNNISSEN
 Head of Digital
 Technologies
 Bayer



SYBILLE PETERSOHN
 General Manager Germany
 Austria Switzerland
 Orphanal



THORSTEN MINTEL
 Director Strategic
 Innovation
 Pfizer



BRIGITTE ULRICH
 Senior Manager
 Omnichannel
 Pfizer



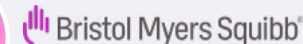
DIERK BARTEL
 Head of Comex DACH
 Grünenthal Pharma



FLORIAN GÄNG
 Director, CX & Service Design
 Bayer



BARBARA WEINGÄRTNER
 Senior Sales Operations
 Manager Cardiovascular
 Bristol-Myers Squibb



MORGWN SHAW
 Associate Director, Omnichannel
 Experience, Strategy, Planning &
 Production
 Bristol-Myers Squibb



MARTIN HIRSCHAUER
 Head of Digital, Customer
 Engagement & Analytics
 Gilead



KARSTEN WILBUR
 Marketing Director
 Smith+Nephew



**DR. MED. MICHAEL VON
 WAGNER**
 CMIO
 Universitätsklinikum Frankfurt



SILVIA BELLMANN
 Bereichsleitung
 Arzneimittelversorgung
 AOK Bayern



SERAP KONAK
 Senior Consultant,
 Flying Health

SPRECHER*INNEN 2024



TOBIAS BACHMANN
 Head of Market Access
 Selfapy



THORBEN SCHULTZ
 Director Customer
 Excellence – Head of
 Marketing Neurologen
 Teva Pharmaceuticals



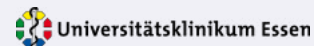
KATHRIN PFEIFFER
 Head of Market Access
 Sympatient



INGO WOLF
 BU Head Rare Diseases
 Germany
 Takeda



NADINE KNÖTHIG
 Health Solution Partner
 Pfizer



PROF. DR. MED. FELIX NENSA
 Leitender Oberarzt für
 thorakale Bildgebung und
 Digitalisierung
 Universitätsklinikum Essen



JULIA STRAJAN
 BTS Director, Region South
 AbbVie



DR. CARL MACHADO
 Director Strategic Account
 Management
 Johnson & Johnson
 Medtech



ANDREAS DACH
 Next Best Engagement
 Leader Germany
 Lilly Deutschland



MAURICE SAES
 Director Commercial
 Business Technology
 Solutions Germany
 AbbVie



MAXIMILIAN FÖRTHMANN
 Associate Director
 Healthcare Solutions
 AstraZeneca



NELI BOTZ
 Topic Lead Digital
 Transformation & Customer
 Journey Mngmnt Onkologie
 Sanofi



JAN BEGER
 Head of AI Advocacy
 GE HealthCare



DR. MED. TOBIAS GANTNER
 Founder and CEO
 HealthCare Futurists



DR. MED. SHERI LANGEMAK
 Head of Patient Journey
 Oberberg Kliniken



PROF. DR. DR. ULRICH SPRICK
 Departmentleiter
 Alexius/Josef
 Krankenhaus, Neus

SPRECHER*INNEN 2024



ANDRÉ SCHARF
 Data & Analytics Business
 Relationship Director, EU
ViiV Healthcare



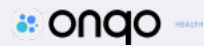
PROF. DR. STEFAN HEINEMANN
 Professor of Business Ethics
FOM Hochschule



STEFAN WECHSLER
 Head of Field Force
 Excellence
Biogen



MICHAEL MÜLLER-PELTZER
 Director HCP Sales &
 Partnerships
Kranus Health



PD DR. THOMAS ELTER
 Founder & Chief Medical
 Officer
Onqo Health



DR. URSULA MARSCHALL
 Abteilungsleitung Medizin
 und Versorgungsforschung
BARMER



MARTIN GÖHL
 Lead
 Versorgungsmanagement
MSD



DR. MED. NORMAN HECKER
 Chefarzt
**Evangelisches Klinikum
 Gelsenkirchen**



SIMON KURZHALS
 Oberarzt
**KEM| Evang. Kliniken
 Essen-Mitte**



CLAUDIA VÖLLM
 Head of Digital Solutions
 Germany
UCB



TAMARA WETTENGL
 Sr. Manager P2P &
 Customer Events Bio-
 Medicines Business Unit
Lilly Deutschland



SCHIRIN YAZGAN
 Head of Product
XO Life



SEBASTIAN RICHTER
 Chief Operating Officer
 (COO)
RMH Media



DR. HENRIK MATTHIES
 CEO & Co-Founder
Honic

GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND eHEALTH

FOKUSTAG, 10.09.2024

10:00 **Registrierung zum Fokustag**

10:40 **Eröffnung des Fokustages durch den Vorsitzenden**

Dimitri Metzger

Technology Lead in Healthcare R&D, Merck Group

MERCK

GENERATIVE AI-ANWENDUNGEN BEI COMMERCIAL PHARMA

10:50

Keynote:

Gen A.I. goes commercial Pharma - Hype, Reality, and Agile Adaptation

- Einführung in GRT und Driver Gen A.I.
- Boiling the Ocean
- Scoping, Pilot
- Ergebnisse und Erkenntnisse

Dierk Bartel

Head of Commercial Excellence DACH, Grünenthal

GRÜNENTHAL

11:10

Kreative Maschinen: Marketing und generative AI

- Kreative Content-Generierung wie wird KI im Marketing eingesetzt?
- Wie beeinflusst KI im Marketing die Gesellschaft und die Arbeitswelt?
- Wie kann Transparenz und Erklärbarkeit sichergestellt werden?

Reserviert für einen unserer Partner

11:30

Panel Discussion:

Das Potenzial des Gen AI für Commercial Pharma

- Welche Anwendungen sind möglich bei Commercial Pharma? Beispiele von Pilotprojekten
- Welche Hürden müssen beseitigt werden? Erwartungsmanagement bei C-Level, durch schlechte Einschätzung von Use Cases vermeiden
- Grundlagen der Daten, was ist notwendig für eine erfolgreiche Implementierung des Gen AI?
- Upskilling, Mindset und Change Management

Panelisten:

Dierk Bartel

Head of Commercial Excellence DACH, Grünenthal

Jan Tönnissen

Head of Digital Technologies, Bayer

Moderation:

Dimitri Metzger

Technology Lead in Healthcare R&D, Merck Group

GRÜNENTHAL

BAYER

MERCK

GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

FOKUSTAG, 10.09.2024

12:00 **Generative AI für Social Media Mining**

- Analyse von Trends auf diversen Social-Media-Kanälen mit Gen AI
- Effizienzsteigerung und Nutzen für Marketing
- Erste Ergebnisse

12:20 **Roundtables**

ROUNDTABLE A: AI LITERACY IM AUßENDIENST: KOMPETENZEN UND HERAUSFORDERUNGEN

- Warum ist AI Literacy wichtig für Außendienstmitarbeiter?
- Aufbau von Vertrauen in KI-Systeme
- Wie gehen wir mit Bedenken und Ängsten der Mitarbeiter um?
- Welche Auswirkungen hat der Einsatz von KI auf die traditionellen Arbeitsabläufe im Außendienst?

Barbara Weingärtner
 Senior Sales Operations Manager
 Cardiovascular, Bristol-Myers
 Squibb

ROUNDTABLE B: GENERATIVE AI FÜR CONTENT GENERIERUNG FÜR MARKETING

- Qualitative und Marketing-effektive Artikel schreiben
- Prompt Engineering beherrschen
- Psychologische Prinzipien anwenden

ROUNDTABLE C: RECHTLICHE UND COMPLIANCE ASPEKTE DER GENERATIVEN KI

- AI Act und dessen Folgen für Commercial Pharma
- Datenschutz und Datensicherheit
- Wie mit medizinischen Informationen umgehen
- Haftungsfragen

ROUNDTABLE D: GEN AI FÜR MARKTZUGANGS-, PREIS- UND ERSTATTUNGSSTRATEGIEN

- Analysieren von Gesundheitsrichtlinien, Kostenträgerdaten und Patientendemografien
- Erkenntnisse als Grundlage für Marktzugangsstrategien für neue Medikamente.
- Preisstrategien und potenzielle Auswirkungen auf Marktzugang und Erstattung analysieren
- Produktwertversprechen speziell für verschiedene Regionen und Gesundheitssysteme zu optimieren

12:50 **Mittagessen**

GENERATIVE AI BEI DIGITAL HEALTH

13:50 **Einsatz von KI in der Medizin und der Digitalisierung im Krankenhaus**

- Wie KI die Ärzten hilft
- Wie Sie die KI-Applikationen auswählen, die für Sie geeignet sind
- Wie erhält man gute, strukturierte Daten
- Einführung von Datenplattformen und LLM zur besseren Analyse der Bilder und zur Erleichterung der Diagnose von Patienten

Prof. Dr. med. Felix Nensa

Leitender Oberarzt für thorakale Bildgebung und Digitalisierung, Universitätsklinikum Essen

GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

FOKUSTAG, 10.09.2024

14:10 **LLM-Anwendungsentwicklung – Verwendung von ChatGPT und anderen LLM zum Aufbau zuverlässiger Systeme**

- Die Vorteile der Verwendung von LLMs zur Entscheidungsfindung und Benutzerunterstützung
- Die Herausforderungen der Integration von LLMs in größere Anwendungen: Vorhersagbarkeit & Wartbarkeit
- Ein Rahmen zur Bewältigung dieser Herausforderungen

Reserviert für einen unserer Partner

14:30 **Foundational Models in Generative AI mit Anwendungen im Healthcare**

- Foundational models and their role in generative AI
- Applications in health care, such as diagnosis support and treatment optimization
- Future outlook

Jan Beger

Head of AI Advocacy, GE HealthCare



14:50 **Kaffeepause mit Networking-Gelegenheit**

15:20 **Panel Discussion: Generative AI bei Digital Health**

- Reicht die aktuelle Regulierung für Gen AI-Anwendungen bei Applikationen für Patienten?
- Fallbeispiele bei Digital Health
- Zukunft der KI bei digitaler Gesundheit

Panelisten:

Jan Beger

Head of AI Advocacy, GE HealthCare

Prof. Dr. Stefan Heinemann

Professor of Business Ethics, FOM Hochschule

Dr. med. Tobias D. Gantner

Gründer und Geschäftsführer, HealthCare Futurists GmbH

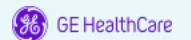
Serap Konak

Senior Consultant, Flying Health

Moderation:

Dimitri Metzger

Technology Lead in Healthcare R&D, Merck Group



15:50 **KI und Patientenaufklärung – Ein Breakthrough Use Case für Pharma?**

- Wie autonom kann eine KI sein?
- Wie souverän kann eine Patientin/ein Patient sein?
- Welche Aufklärung tut heute Not?
- Kann Pharma Vorreiter einer neuen Aufklärungsform via KI sein?

Prof. Dr. Stefan Heinemann

Professor, FOM Hochschule



GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

FOKUSTAG, 10.09.2024

16:10	Abschlusskeynote: Daten. Können. Heilen. Grundlagen, Fähigkeiten und Versprechen der digitalen Zukunft bei Commercial Pharma und eHealth. Ein Besuch in der Zukunft • AI Killer Applikationen bei Commercial Pharma und EHealth? • Von Pronto zu Prompto: Neue Jobs? Wenn ja und welche für wen? • Habsburg AI – Degeneriert die Künstliche Intelligenz? • Ready for the Future when you are: Prävention, Digital Health Literacy, Patienteneinbindung, Stakeholdermanagement: All at once and everywhere. Dr. med. Tobias D. Gantner Gründer und Geschäftsführer, HealthCare Futurists GmbH
16:30	Abschluss des Fokustages
16:35	Registrierung für den Abend Masterclass – Vorschau auf die Hauptkonferenztage
17:00 – 18:30	Masterclass A: Die Generative AI-Strategie für Ihr Unternehmen Generative KI hat einen Paradigmenwechsel in die Welt gebracht. Diese neue Technologie hat ein enormes Potenzial, viele Aufgaben, Rollen und Prozesse zu verändern. Um die Effizienz zu steigern, die Kosten zu senken und die Generierung von Content, die Kommunikationsautomatisierung und viele andere Bereiche auf ein neues Niveau zu bringen Es ist jedoch auch wichtig zu wissen, wie Sie diese Technologie in Ihrem Unternehmen implementieren, da Fehler hier sehr kostspielig sein können und zu Zeitverlusten führen können. In diesem Workshop führen wir Sie durch eine Strategie, die auf Erfahrungen und gewonnenen Erkenntnissen basiert. Du wirst es lernen: • So starten Sie mit Gen AI in Ihrem Unternehmen • Welche Bausteine werden für Ihre Strategie benötigt? • Wie Sie Anwendungsfälle schnell bereitstellen und Synergien nutzen • Wie man den Wert misst und Roadmaps für den Erfolg plant Dimitri Metzger Technology Lead in Healthcare R&D, Merck Group



GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

Registrierung mit Kaffee

08:40 **Eröffnung der Konferenz durch IQPC**

08:50 **Eröffnung des ersten Konferenztages durch die Vorsitzende**

Dr. Kati Wegner

Director Omnichannel Excellence, Pfizer



MARKETING & VERTRIEB IM NEUN ZEITALTER DER PHARMABRANCHE

9:00 **Auf dem Weg zu Omnichannel – Erfahrungen aus der Praxis**

- Fokus: Von der Produkt- zur Kundenzentrierung
- Kundenbedürfnisse: Von der Annahme zu echten Insights
- Implementierung: Vom Testen und Piloten zum ganzheitlichen Ansatz

Dr. Kati Wegner

Director Omnichannel Excellence, Pfizer



9:20 **Panel Discussion:**

Omni-Channel Pharma-Marketing & Vertrieb – Ein ganzheitlicher Ansatz für das neue Zeitalter

- Datenbasierte Orchestrierung und Personalisierung des Omni Channels: Kontinuierliche und nachhaltige Integration sowie Skalierung auf allen Ebenen
- Außendienstler als Omni-Channel Manager, wie Außendienstmitarbeiter digitale Kanäle in Ihrer Prozesse integrieren
- Umgang mit Generationswechsel. Was erwartet die neue Generation der Ärzte?
- Daten effektiv einsetzen: mit Datenschutz- und Compliance-Beschränkungen umgehen und realistische Customer Journeys aufbauen
- Bessere Methoden HCP auf „unserer Seite“ bekommen, Kanäle mit hoher Glaubwürdigkeit benutzen
- Einsatz von Technologien, um Echtzeit-Feedbackschleifen zu erstellen, die genaue Kundeneinblicke ermöglichen
- Neue Tools erproben, Generative AI, instant Messaging und weitere

Panelisten:

Martin Hirschauer

Head of Digital, Customer Engagement & Analytics, Gilead

Thorben Schultz

Director Customer Excellence – Head of Marketing Neurologen, Teva Pharmaceuticals

Moderation:

Dr. Kati Wegner

Director Omnichannel Excellence, Pfizer



GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

09:50 **Omnichannel – Allheilmittel oder Hype?**

- Omnichannel als zentraler Bestandteil der Marketingstrategien von Pharmaunternehmen.
- Welche Ziele verfolgen wir wirklich? Um Omnichannel mit Leben zu füllen, ist ein tiefes Verständnis unserer Kunden erforderlich.
- Welche Anforderungen und Herausforderungen stellen sich dabei an Organisation und Kultur? Wie können wir sicherstellen, dass Omnichannel ein nachhaltiger Gamechanger wird?

Sebastian Richter

Chief Operating Officer (COO), RMH Media

RMH-MEDIA

10:10 **Mindset und Change: Motivation für digitales und datengesteuertes Denken beim Außendienst**

- Mindset im Außendienst – was treibt den Außendienst an?
- Weshalb können Daten den Erfolg bringen?
- Was braucht es, um digitale Daten mehrwertbringend im Außendienst einzusetzen?
- Welche Key Learnings gibt es? Was braucht es hierfür?

Dr. Carl Machado

Director Strategic Account Management / Board of Management JnJ MedTech, Johnson & Johnson Medical

Johnson
& Johnson

10:30 **Kaffeepause mit Networking-Gelegenheit**

11:20 **Digitale Launch-Strategie – von A bis Z**

- Die digitale Infrastruktur
- Der Einsatz von Daten
- Leadership und Mindset

Claudia Völlm

Head of Digital Solutions Germany, UCB

ucb Pharma

11:40 **Data is Key! Wie man als Pharmaunternehmen aus Daten eine ganzheitlichen Customer Experience erreicht!**

- Warum ist Customer Experience für Pharmaunternehmen wichtig?
- Welche Schritte bedarf es um eine ganzheitliche Customer Experience über alle Kanäle und Touch Points zu erreichen?
- Welche Anforderungen an den Datenschutz sind zu beachten?
- Wie kann GenAI helfen, relevante Zielgruppen für ihr Unternehmen zu identifizieren?

Markus Erwin

Go To Market Lead Data & Journey, Adobe

Adobe

GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

12:00 **Roundtables**

ROUNDTABLE A: PERSONALISIERTE ANSPRACHE - WAS IST MACHBAR?

Medizinische Versorgung ist persönlich, auch digital.

- Vom unbekannten Nutzer zu personalisierten Inhalten.
- Aus Daten nutzbare Insights für personalisierte Journeys in Echtzeit erzeugen.
- Was ist möglich? Wie werden Ihre Teams durch KI unterstützt? Wie stellt sich das Erlebnis für die Nutzer dar?
- Kurze Demo anhand eines Beispiels mit anschließender Diskussionsrunde.

Alexander Mittermaier
 Expert Solution Consultant DX Portfolio, Adobe

ROUNDTABLE B: JOURNEY TO OMNICHANNEL

Das Ziel ist klar, doch steinig ist der Weg.

- Wo steht die eigene Organisation auf der digitalen Adoption Ladder?
- Wo fehlen noch Verknüpfungen und wo gilt es Lücken zu schließen?
- Welche Schritte sind auf dem Weg zu einer erfolgreichen Omnichannel Strategie unumgänglich?

Sebastian Richter
 Chief Operating Officer (COO), RMH Media

ROUNDTABLE C: SYNERGIEN ZWISCHEN PHARMA UND DIGITAL HEALTH - WIE KÖNNEN WIR DURCH SYNERGIEN MEHRWERTE FÜR PATIENT:INNEN SCHAFFEN?

- Pharma und Digital Health – Wie passt das zusammen?
- Was benötigen HCPs für den digitalen Fortschritt?
- Wie können Patient:innen profitieren?
- Wie kann Pharma hier unterstützen?

Nadine Knöthig
 Health Solution Partner, Pfizer

12:30 **Start-up Showcase**
 Fortschritte einer Industries sind ohne neue, innovative Unternehmen undenkbar. Die Start-ups spielen hierbei eine sehr wichtige Rolle – In dieser Session präsentieren sich Start-ups mit einer kurzen Vorstellung Ihres Konzeptes und wie sie die Pharma und Gesundheitsbranche auf innovative Wegen unterstützen.

13:00 **Mittagessen mit Networking-Gelegenheit**

COMMERCIAL EXCELLENCE IN PHARMA

Empathie – eine Kernkompetenz des Bayer CX Transformation Program

- Die entscheidende Rolle von Empathie bei der Ermöglichung herausragender Kundenerlebnisse
- Erkenntnisse aus der CX-Transformation von Bayer
- Das Bayer CX-Messprogramm
- CX-Transformation = Menschentransformation

Florian Gäng
 Director CX & Service Design, Bayer



eHEALTH DATA

Der lange Weg zur Gesundheitsdatennutzung

- Datenschutz und Datenschatz
- Wünsche und Anforderungen an die gesetzlichen Krankenversicherungen
- Chancen der Gesundheitsgestaltung
- erste Schritte & Ausblick

Dr. Silvia Bellmann
 Bereichsleitung Arzneimittelversorgung, AOK Bayern – Die Gesundheitskasse



GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

	COMMERCIAL EXCELLENCE IN PHARMA	eHEALTH DATA
14:50	Integration generative AI in Chatbots mit Anwendungen bei Außendienst • Einbindung generativer KI-Modelle, um natürliche und kontextbezogene Antworten zu generieren. • Bewertung der Vorteile und Nachteile regelbasierter und hybrider Ansätze zur Integration generativer KI in Chatbots • Anwendungen bei Außendienst <i>Reserviert für unseren Partner</i>	GDNG & EHDS – Ein neues Zeitalter für Gesundheitsdatennutzung? • Neue Gesetze auf Bundes- und EU-Ebene verändern grundlegend, dass und wie Gesundheitsdaten für Versorgung und Forschung verfügbar sind • Pharma-Unternehmen werden mittelfristig umfangreich Versorgungsdaten für med. Forschung nutzen können • Was bedeutet das heute und morgen für die Arbeit mit Daten? • Erläuterung und Einordnung sowie Zeit für Q&A Dr. Henrik Matthies CEO & Co-Founder, Honic 
15:10	Chancen des digitalen Zeitalters aus Sicht der „Selten Erkrankungen“ • Herausforderungen der Seltenen Erkrankungen • KI im Einsatz zur schnellen Diagnose • Aufgabe und Bedeutung der kommerziellen Kanäle der pharmazeutischen Industrie Dr. Ingo Wolf BU Head Rare Diseases German, Takeda 	Die Zukunft von Kommunikation zwischen Ärzten und Patienten • Neue Möglichkeiten der Arzt – Patientenkommunikation für den digitalen Zeitalter • Ein gesetzkonformes Messenger und dessen Entwicklung • Aspekte der Datenschutz, Sicherheit, Haftungsfragen und Interoperabilität mit anderen Systemen <i>Reserviert für einen unserer Partner</i>
15:30	Kaffeepause mit Networking-Gelegenheit	

GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

16:00

COMMERCIAL EXCELLENCE IN PHARMA

Roundtables

Roundtable A

Erstellen von Customer Journeys zur Steigerung der Verkaufseffektivität

- Wie kann man von einer Inside-Out-Denkweise mit Fokus auf Push-Kommunikation zu einem empathischeren, erfahrungsorientierten Wachstum übergehen?
- Erstellung von Customer Journeys für den relevanten Segmenten
- Datengetriebene Entscheidungen treffen und Optimierung HCP Event Engagement
- Prozessanalyse und -optimierung bei Veranstaltungsmanagement und Engagement von HCP
- Verbesserung der User Experience und End-to-End Journey Management
- Nutzung von KI zur Effizienzsteigerung

Brigitte Ulrich

Senior Manager Omnichannel, Pfizer



Roundtable B

HCP Event Engagement

- Prozessanalyse und -optimierung bei Veranstaltungsmanagement und Engagement von HCP
- Verbesserung der User Experience und End-to-End Journey Management
- Nutzung von KI zur Effizienzsteigerung

eHEALTH DATA

Podiumsdiskussion: Neue Perspektiven im eHealth

- ePA, Zugang zu Gesundheitsdaten und neue Chancen
- Interoperabilität (auf EU-Ebene) und Standards.
- Neue Wege Patienten zu erreichen und die Versorgung zu unterstützen
- Neue Technologien: Generative AI und mögliche Anwendungen
- Herausforderungen und Risiken (Datenschutz, Ethik, Sicherheit)

Panelisten:

Dr. Silvia Bellmann

Bereichsleitung Arzneimittelversorgung,
 AOK Bayern – Die Gesundheitskasse



Dr. med. Michael von Wagner

CMIO, Universitätsklinikum Frankfurt



Dr. Henrik Matthies

CEO & Co-Founder, Honic



GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

	COMMERCIAL EXCELLENCE IN PHARMA	eHEALTH DATA
16:30	Omnichannel-Transformation zur signifikanten Verbesserung des Kundenerlebnisses am Beispiel eines Produktlaunches mit „Next Best Engagement“ Unterstützung - Bereiten Sie sich gut vor, erklären Sie die Gründe, setzen Sie die richtigen Erwartungen und setzen Sie sich für Befürworter und Vorkämpfer ein - Stellen Sie sicher, dass Außendienstmitarbeiter „Maschinen“ als „Superassistenten“ sehen und dass die Maschinenerkenntnisse durch persönliche Außendienstkenntnisse ergänzt werden sollten, um ein besseres Verständnis des Kunden zu entwickeln – Erstellung einer automatisierten Journey für den Produktlaunch - Anwendungsfälle mit Data Science aufdecken, um HCP-Interaktionen zu beschleunigen und die richtigen Kanalkombinationen zu definieren Andreas Dach Next Best Engagement Leader Germany, Lilly Deutschland 	Der digitale Zwilling des Patienten – Integration von Daten und KI - Lebenslange Patientenakte - Datenflut - Wissensexplosion - Künstliche Intelligenz Dr. med. Michael von Wagner CMIO, Universitätsklinikum Frankfurt 
16:50	Registrierung für Masterclass	
17:15 – 18:45	Masterclass B: Die Omni-Channel Strategie im digitalen Zeitalter 3 Die Pharma Branche hat sich in den letzten Jahren, vorallem nach der Pandemie start verändert. Obwhole die klassische Außendienst-Strategie noch relevant bleibt, ist es notwendig alle möglichen digitale Kannäle einzusätzen um die Verkaufseffizienz zu steigern. In diesem Workshop besprechen wir die Herausforderungen und Chancen der digitalen Transformation im Pharmabereich. Wir werden uns darauf konzentrieren, wie Pharmaunternehmen durch eine Omni-Channel-Strategie eine nahtlose und konsistente Customer Experience schaffen können, die Patienten und Healthcare Professionals gleichermaßen anspricht. Wir besprechen die folgenden Punkte: - Die Bedeutung einer Omni-Channel-Strategie im digitalen Zeitalter für Pharmaunternehmen - Identifizierung von Zielgruppen und deren Bedürfnissen - Datengesteuerte Herangehensweise - Analyse der Kannälen und verständnis der Bedürfnissen der HCP - Arbeit mit relevanten und hochqualitativen Content - Tools und Technologien zur Effizienzsteigerung, das Potenzial von generative AI nutzen - Messung und Bewertung des Erfolgs der Omni-Channel-Initiativen Maurice Saes Director Commercial Business Technology Solutions Germany, AbbVie Julia Strajan BTS Director, Region South, AbbVie 	
19:00	Abendveranstaltung	

GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

7:45 **Registrierung für den Masterclass C**

8:00

Masterclass C:

Entwicklungen und Chancen im digital Health

Die Gesundheitsbranche wird immer mehr digitalisiert, um die Ergebnisse für den Patient*innen ständig zu verbessern.

In diesem Workshop besprechen wir die Entwicklungen bei digitalen Anwendungen und deren Auswirkung auf die Gesundheitsbranche. Erfahren Sie über:

- DiGAs – Wo steht der Markt?
- Zusammenarbeit und Austausch zwischen den verschiedenen Teilnehmer des Ökosystems: Pharma, Startups, Krankenkassen und den Behörden
- Neue Chancen durch das Gesundheitsdatennutzungsgesetz
- Einsatz von neuen Technologien, insbesondere Generative AI
- Gesetzliche Hürden: Datenschutz, Zertifizierung, Registrierung...
- Beyond DiGA: welchen Wert bieten weitere digitale Anwendungen für die Versorgung und Prävention

Thorsten Mintel

Director Strategic Innovation, Pfizer

Maximilian Förthmann

Associate Director Healthcare Solutions, AstraZeneca

Serap Konak

Senior Consultant, Flying Health



9:00 **Begrüßung und Eröffnung durch die Vorsitzende**

Dr. Kati Wegner

Director Omnichannel Excellence, Pfizer



INNOVATIONEN BEI ARZT- UND PATIENTENKOMMUNIKATION

9:10 **Raus aus dem Social Media Labyrinth: Digitale Patientenbegleitung bei seltenen Erkrankungen**

- Fallstricke Facebook und Co – dann doch lieber die analoge Patientenbroschüre?
- Patientensupport – Herausforderungen und Learnings bis dato
- Kooperation mit XO Life: Gemeinsam Kommunikation für Menschen mit Morbus Wilson gestalten: Digitale Patientenbegleitung der Zukunft

Sybille Petersohn-Boschmann

Managing Director, Orphanan



Schirin Yazgan

Head of Product, XO Life



GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

9:30 **Vortragsslot reserviert für einen unserer Partner**

9:50

Panel Discussion:

Wege, um Arzt- Pharma Kommunikation zu verbessern

- Innovative Plattformansätze
- Was wollen die Ärzte heutzutage? Austausch zwischen Ärzten und Pharmavertreter
- Arbeiten mit neuen Technologien und Kanälen

Panelisten:

Neli Botz

Ex-Topic Lead Digital Transformation & Customer Journey
 Mngmnt Onkologie, Ex Sanofi

Dr. med. Normal Hecker

Chefarzt, Evangelisches Klinikum Gelsenkirchen

Simon Kurzhals

Oberarzt, KEM| Evang. Kliniken Essen-Mitte

Prof. Dr. Dr. Ulrich Sprick

Departmentleiter, Alexius/Josef Krankenhaus, Neuss

Michael Müller-Peltzer

Director HCP Sales & Partnerships, Kranus Health

Moderation:

Dr. Kati Wegner

Director Omnichannel Excellence, Pfizer

Evangelische Kliniken
 Gelsenkirchen
 Akademisches Lehrkrankenhaus

ST AUGUSTINUS GRUPPE
 Alexius/Josef Krankenhaus

kranus health

Pfizer

10:20 **Kaffeepause mit Networking-Möglichkeit**

10:50 **Roundtable Sessions:**

ROUNDTABLE A: MARKETING TECH STACK & STRATEGY: WIE KANN MAN DAS BESTE AUS INVESTITIONEN IN DIE TECHNISCHE INFRASTRUKTUR HERAUSHOLEN?

- Klare Ziele und Strategie (Messbare Ziele, passende Tools)
- Integration und Automatisierung
- Richtiges Mindset kultivieren und Upskilling

Pfizer

ROUNDTABLE B: DIGITALE PATIENTENBEGLEITUNG DER ZUKUNFT

- Fallstricke Facebook und Co – dann doch lieber die analoge Patientenbroschüre?
- Patientensupport – Herausforderungen und Learnings bis dato
- Anwendungen auf seltene Erkrankungen und anderen Gebiete

Sybille Petersohn-Boschmann

Managing Director, Orphanan

Schirin Yazgan

Head of Product, XO Life

Orphanan

XO Life

GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

11:20

Wie funktioniert digitales Changemanagement?

- Changemanagement oder Mindset oder doch nur Verhaltensänderung?
- Sind digitale Champions die Lösung?
- Praxisrelevante Erfahrungen und Empfehlungen

Brigitte Ulrich

Senior Manager Omnichannel, Pfizer



11:40

Der Aufstieg der nächsten Generation in Medtech

- Ein Geschäftsmodell der nächsten Generation
- Produktivität der Vertriebsmitarbeiter, gemessen am Umsatz, um das Zwei- bis Dreifache steigern.
- Eine zielgerichtete zukünftige Customer Journey entwerfen (statt bestehende Prozesse zu optimieren)
- das Marketing in die Pole-Position bringen

Karsten Wilbur

Marketing Director Orthopedics & Real Intelligence, Smith+Nephew



12:00

Virtual & Augmented Reality in der Healthcare Kommunikation: Einblick, Durchblick & Co-Creation

- Eintauchen in die virtuelle Welt: Wie VR und AR komplexe Krankheitsbilder greifbar(er) machen
- Co-Creation mit Universitäten: Gemeinsam die Zukunft gestalten
- Evaluierung und Implementierung: Erfolgreiche Integration von VR/AR in den Channel-Mix

Tamara Wettengl

Sr. Manager P2P & Customer Events Bio-Medicines Business Unit, Lilly Deutschland



12:20

Mittagessen mit Networking-Gelegenheit

13:50

DIGITAL HEALTH, NEUE TECHNOLOGIEN, DIGA UND MEHR

DiGA Status Quo and Beyond

- Wie gestaltet ein Pharmaunternehmen eine erfolgreiche Kooperation?
- Use Cases und Erfolgsgeschichten von Partnerschaften
- Beyond DiGA: welche weiteren Anwendungen von digitale Gesundheitsanwendungen gibt es
- Die Rolle des KI beim eHealth

Klaus Suwelack

Digital Health Expert formerly
 Companies of Johnson & Johnson



DATA & TOOLS FÜR COMMERCIAL PHARMA

Data and its Relationship to Content

- Leveraging Data for research, analytics and testing for high quality content creation
- Content performance measurement and continuous improvement
- Automation and tools such as Generative AI for Data-driven content creation
- Balance complex business priorities and customer insights

Morgwn Shaw

Associate Director, Omnichannel Experience, Strategy,
 Planning & Production, Bristol-Myers Squibb



GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

DIGITAL HEALTH, NEUE TECHNOLOGIEN, DIGA UND MEHR

14:10

Podiumsdiskussion: DiGA und Beyond

- DiGA: aktuelle Stand
- Regulatorische Hürden: ePA Integration, Health ID, Datenschutz Zertifikate
- Beyond DiGA. digitale Praxen, Patientenkommunikation und Präsenivon. Welche weite Anwendungen gibt es?
- Digital Health bei MedTech
- Verbreitung auf EU-Ebene

Panelisten:

Klaus Suwelack

MDigital Health Expert formerly, The Janssen Pharmaceutical Companies of Johnson & Johnson



Maximilian Förthmann

Associate Director Healthcare Solutions, AstraZeneca



Tobias Bachmann

Head of Market Access, Selfapy



Dr. med. Sheri Langemak

Head of Patient Journey, Oberberg Kliniken und Digital Health Beraterin und Angel Investorin



Dr. med. Tobias D. Gantner

Gründer und Geschäftsführe, HealthCare Futurists GmbH



Moderation:

Serap Konak

Senior Consultant, Flying Health



DATA & TOOLS FÜR COMMERCIAL PHARMA

Roundtables:

Roundtable A: Der Nutzer als Dreh- und Angelpunkt für Tools und Lösungen

- Was wir von Design Thinking lernen können
- Die richtigen Fragen stellen
- Relevante Probleme identifizieren
- Lösungen iterativ und gemeinsam mit den Nutzern entwickeln

André Scharf

Business Relationship Director Global Data, Analytics & AI, ViiV Healthcare

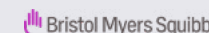


Roundtable B: Data and its Relationship to Content

- Leveraging Data for research, analytics and testing for high quality content creation
- Content performance measurement and continuous improvement
- Automation and tools such as Generative AI for Data-driven content creation
- Balance complex business priorities and customer insights

Morgwn Shaw

Associate Director, Omnichannel Experience, Strategy, Planning & Production, Bristol-Myers Squibb



GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

14:40

DIGITAL HEALTH, NEUE TECHNOLOGIEN, DIGA UND MEHR

Roundtable Sessions:

Roundtable A: DiGA Updates und neue Chancen

- DiGA: aktuelle Stand
- Regulatorische Hürden: ePA Integration, Health ID, Datenschutz Zertifikate
- Updates des DiGA-Gesetzes
- Wirtschaftliches Potenzial: Rahmenbedingungen für Preisbestimmung, Investoren, Kooperation mit Pharma

Kathrin Pfeiffer

Head of Market Access, Sympatient



Roundtable B: Digitalisierung im HealthCare

- Digital Health beyond DiGA
- Anwendungen für Prävention, Patientenbegleitung und -versorgung
- Zukunftsperspektiven

Dr. med. Sheri Langemak

Head of Patient Journey, Oberberg Kliniken und Digital Health Beraterin und Angel Investorin



15:10

Gemeinsam gegen Lungenkrebs. Wie kann die als DiGA konzipierte onqo App dabei helfen?

- Fallbeispiel einer Kooperation Zwischen Pharma, einer Krankenkasse und einem Startup

Martin Göhl

Lead Versorgungsmanagement, MSD



PD Dr. Thomas Elter

Founder & Chief Medical Officer, Onqo Health



Dr. Ursula Marschall

Leiterin des Forschungsbereichs Medizin und Versorgungsforschung, BARMER



DATA, ANALYTICS & AUTOMATISIERUNG IM PHARMA

Faszination Patient Finding

Wie die gezielte Erhebung und Verarbeitung von Kundendaten einen Markt erschließt

- Friedreich Ataxie ist eine bei HCPs und Patienten unbekannte und nicht diagnostizierte Krankheit
- Zur Definition des Kunden-Universums benötigt es neben der Identifikation von Behandlern und Patienten auch Disease Awareness Aktivitäten
- Dieser Vortrag zeigt wie Biogen über interne und externe Kanäle Informationen im CRM System gesammelt und verarbeitet hat, um das Behandler-Universum zu identifizieren und über die Krankheit zu informieren
- Hervorheben der identifizierten Best Practices und Learnings für zukünftige Prozesse

Stefan Wechsle

Head Field Force Excellence, Biogen



15:30

Verabschiedung am Ende der Konferenz

OUR SPONSORS



antwerpes ist die kreative Keimzelle der DocCheck-Gruppe und bietet neben Full-Service-Healthcare-Marketing die Spezialdisziplinen Media, Omnichannel und Programmatic Advertising an. Mit der Entwicklung einer eigenen Advertising-ID-Lösung namens "healthy.ID" bietet antwerpes einen Ausblick für die Post-Cookie-Zeit und zeigt, wie HCPs zielgerichtet, ohne Streuverluste und über verschiedene Plattformen hinweg adressiert werden können. **Website: www.antwerpes.com**



RMH MEDIA steht seit 1997 für innovatives digitales Marketing mit Herz und Verstand. Das beweisen unsere 75 Spezialist:innen bei jedem Projekt, mit wegweisender Technologie, lösungsorientierter Beratung, gestalterischem Verständnis und unseren exzellenten Softwarelösungen. Unser Herz schlägt in Köln. Unsere Impulse spürt man weltweit. Wir sind strategischer Partner der Life-Science Industry und entwickeln gemeinsam mit unseren Kund:innen erfolgreiche Customer Experiences und Spezial-Anwendungen, die nachhaltig überzeugen und begeistern. Wir ermöglichen Zugang zu komplexen digitalen Themen, verständlich und praxisorientiert. Wir verstehen uns als Dolmetscher. Denn Consulting heißt für uns: eine Sprache zu sprechen, die Stakeholder verstehen. Gemeinsam übersetzen wir Ihre konkreten Bedürfnisse in überzeugende digitale Lösungen – vom Konzept bis zur Software-Entwicklung, als Digitaler Lead oder einfach als Ihr vertrauensvoller Ansprechpartner. Willkommen in unserem Digital Innoverse! **Website: www.rmh-media.com**



good healthcare group

Mit den Geschäftsbereichen in//touch, +49 med, patient+ und cso+ bietet die good healthcare group seit 2012 innovative und ganzheitliche Omnichannel Pharma Solutions für die Healthcare-Branche.

Unsere Expert*innen aus den Bereichen Strategy & Consulting, HCP Services, Patient Services, Data & Tech Intelligence sowie Training & Enablement wissen die Vorteile der Digitalisierung für Ihre Projekte ganzheitlich, gezielt und gewinnbringend einzusetzen. Wir nehmen die Herausforderungen unserer Kund*innen persönlich an – mit dem Ziel, Projekte nicht nur umzusetzen, sondern mit maßgeschneiderten Lösungen gemeinsam aktiv weiterzuentwickeln. **Website: www.goodhealthcare.com/**



MMM Consulting bietet Analysen und Umsetzung aus einer Hand und sorgt damit für nachhaltigen Erfolg in Marketing und Sales. Individuelle Kundenbetreuung, Flexibilität und mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Pharma-Branche zeichnen uns aus.

Wir sichern langfristigen Markterfolg über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg – vom intelligenten Premarketing, über den erfolgreichen Produktlaunch, bis zum nachhaltig geführten Postlaunch.

Wir unterstützen unsere Kunden dabei, ihre Marketing- und Salesaktivitäten effektiv auszurichten und den neuesten Marktherausforderungen anzupassen. Kunden profitieren von unserer interdisziplinären Expertise in Consulting, Business Intelligence sowie Marketing und Vertrieb – wir verwandeln Daten in nutzbare, praxisnahe Informationen, definieren auf dieser Basis Handlungsempfehlungen und begleiten deren Umsetzung. **Website: www.mmm-consulting.de**



XO Life hat eine weltweit einzigartige Meta-Plattform zur digitalen Produkt- und Therapiebegleitung von Patienten geschaffen. Patienten werden während ihrer Produktanwendung oder Therapie mit geprüften medizinischen und gesundheitsrelevanten Inhalten begleitet, erfassen ihren Gesundheits- und Therapieverlauf, erhalten personalisierte Insights sowie medizinischen Support von Fachexperten und können sich mit anderen Patienten austauschen. Durch personalisierte Informationen und kontinuierliche Begleitung während der Therapien leistet das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zum Therapieerfolg, zur Therapietreue und zur Anwendungssicherheit für Patienten.

XO Life zählt zu den großen Hoffnungsträgern im Gesundheitswesen und gehört zu den führenden Digital Health Startups in Deutschland und Europa. Im März 2023 wurde XO Life als eines von 10 Startups aus verschiedenen Wirtschaftszweigen für den Digital Award vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz nominiert. **Website: www.xo-life**



Acxiom partners with the world's leading brands to create customer intelligence, enabling data-driven marketing experiences that generate value for people and for brands. The experts in identity, the ethical use of data, cloud-first customer data management, and analytics solutions, Acxiom makes the complex marketing ecosystem work, applying customer intelligence wherever brands and customers meet. For more than 50 years, Acxiom has improved clients' customer acquisition, growth, and retention. With locations in the US, Europe, and Asia, Acxiom is a registered trademark of Acxiom LLC and is part of The Interpublic Group of Companies, Inc. (IPG). **Website: Acxiom.com**

OUR SPONSORS



BRAIN STATION 51 ist Ihr Anbieter für digitale Lösungen. Unser Fokus liegt auf Kundenproblemen in regulatorischen Branchen, wie Pharma & Life Science, Energie, Banking and Telekommunikation. Wir entwickeln Unternehmensanwendungen, bieten Plattformdienste und beraten zu Datenverarbeitung, Cloud-Technologien und AI-Anwendungen. Unsere Omnizia-Plattform ist die erste pharmaspezifische Suite mit Fokus auf Ärzte- und Krankenhausdaten. Die Suite unterstützt dabei sowohl Medical als auch Commercial Affairs. Funktionalitäten sind z.B. Master Data Management mit erweitertem Datenmodell im Vergleich zu Standard-CRM-Systemen, Consent Management oder Identity und Access Management mit verkürztem Registrierungsprozess. Durch intelligentes Tagging können konforme und relevante Customer Journeys erstellt werden. Unser Event Management Tool sorgt zudem dafür, dass alle Teilnehmer mit Ihrer Datenbasis abgeglichen werden und alle Event Insights in Ihr CRM-System übertragen werden.
 Website: brainstation-51.com



Global Data Support (GDS) fulfils an essential function in the biotechnology and pharmaceutical area. For years, the company, active in more than 25 countries, has mainly focused on the field of rare diseases.. With a long track record and data from the medical, healthcare and life sciences fields, Global Data Support strives to provide the right contacts, such as physicians, hospitals, researchers or key opinion leaders (KOL), KOL identification, HCP profiling, patient finding, targeting and omni-channel consent capture and management. With offices spread across Europe and global partnerships, Global Data support provides organizations with the right targeted people for their head start in commercializing a medicine.
 Website: www.globaldatasupport.com/



Beratung und Projekt-Management für die Pharmabranche Die NiSiPharm ist seit 2008 Projektpartner der Rx-Pharmaindustrie: als strategischer Partner für Beratung, Interim -oder Projekt-Management und operative Unterstützung. NiSiPharm begleitet Pharma-Unternehmen in allen Phasen des Produktlebenszyklus: von der Neueinführung bis zur Vermarktung von Arzneimitteln. Die NiSiPharm ist zuverlässiger Partner für Marketing, PR, Multichannel, Patient Affairs oder Medical Marketing-Projekte in Deutschland und international. Wir bieten maßgeschneiderte Lösungen im Outsourcing von Projekten: Aufklärungsinitiativen, Event-Koordination, PR-Kampagnen, Webseiten-Management, Multi-Channel Marketing und Marketing Quality. Das NiSiPharm-Team vereint erfahrene Marketing-Expert:innen in den Pharma-Bereichen Rx-Therapeutika, Impfstoffe und Biologika.

Website: nisipharm.de



Healthcare is personal. The experience can be, too. Adobe bietet Unternehmen mit der Experience Cloud beispiellos effiziente Lösungen für Customer Journey Management, Datenanalyse, Content-Personalisierung, E-Commerce und Marketing. Damit können Sie digitale Experiences bereitstellen, die ihren Geschäftserfolg langfristig steigern. Unsere Lösungen sind HIPAA ready und dank Adobes eigenen Gen AI und AI sowie Echtzeitfunktionalitäten innovationsstark.
 Website: business.adobe.com/de/

OUR PARTNERS



Health Relations ist das führende Online-Magazin für Healthcare- und Pharmamarketing des Deutschen Ärzteverlags. Informierend und inspirierend bietet das Magazin einen Mix aus erstklassigen journalistischen Beiträgen zu aktuellen Healthcare-Trends, exklusiven Berichten von Expert:innen und wertvollen Einblicken in die Zielgruppen von Pharma.
Website: www.healthrelations.de



„Pharma Relations“ ist das deutschsprachige Magazin für Pharma-Marketing und Healthcare-Kommunikation. Monatlich informiert „Pharma Relations“ die Top-Entscheider über Medien & Märkte und präsentiert Innovationen und Trends. Kurz: Wer wissen muss oder auch wissen will, was die Branche bewegt, der liest „Pharma Relations“.
Website: www.pharma-relations.de/



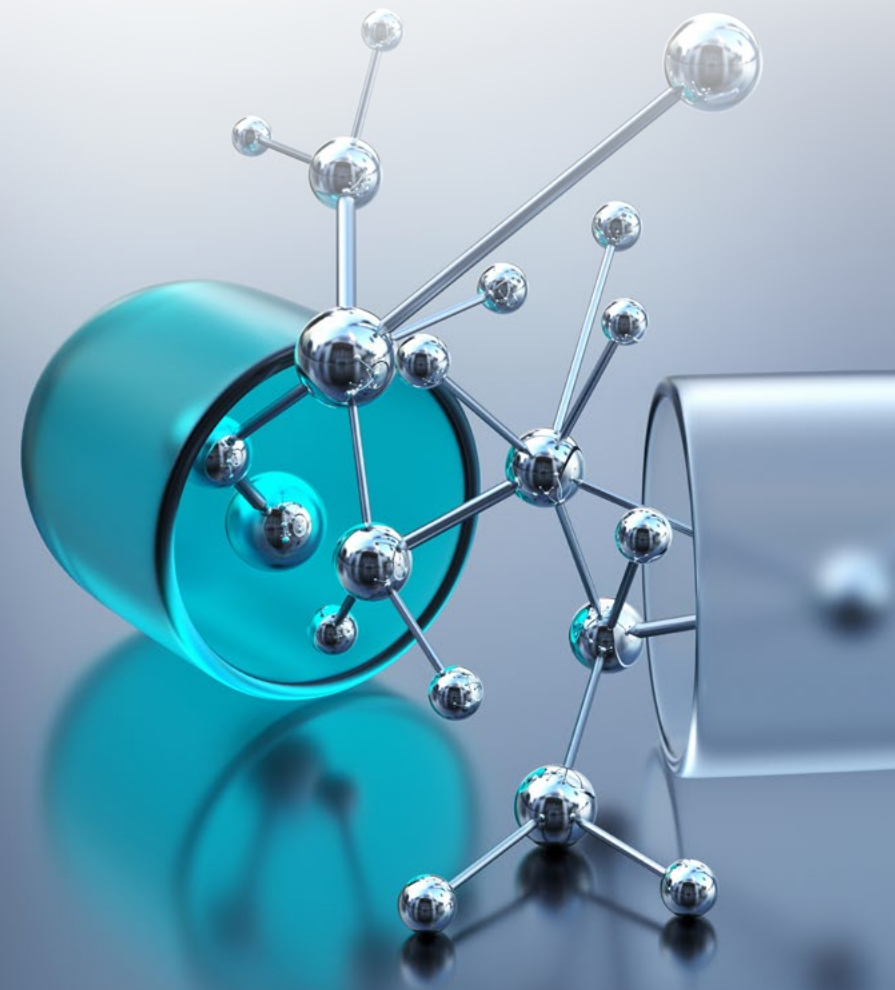
dailyAI
From decoding complexities to presenting AI in an accessible and relatable manner, we deliver the latest AI news in real-time. Engage with our weekly newsletter, prompt guides, and stories, and join us as we navigate the evolving landscape of AI together. Clear, concise, and comprehensive – get a grip on AI with DailyAI.

Website: www.dailyai.com



Plug and Play is a global innovation platform, connecting world-class startups, corporations, and investors. Headquartered in Silicon Valley, we're also present in 50+ locations driving innovation across 20+ industry-specific verticals. We run startup acceleration programs and have built an in-house VC. We've invested in hundreds of successful companies including Dropbox, Honey, N26, PayPal, and Rappi.

Website: www.pluginandplaytechcenter.com



- 10.-12. September 2024
- Hilton Düsseldorf

CONFERENCE PACKAGES & REGISTRATION



END-USER PACKAGES

All Prices +19% VAT	Buchen & zahlen bis 5. Juli 2024	Buchen & zahlen bis: 16. August 2024	Standard	Ticket für Anbieter
Bronzepaket (2-tägige-Konferenz)	€ 1,699 Sparen Sie €1,100	€ 2,599 Sparen Sie €200	€ 2,799	€ 3,999
Silver (2-tägige-Konferenz und Fokustag oder Workshops)	€ 2,099 Sparen Sie €1,100	€2,999 Sparen Sie €200	€ 3,199	
Gold (2-tägige-Konferenz, Fokustag und 3 Workshops)	€ 2,499 Sparen Sie €1,100	€ 3,399 Sparen Sie €200	€ 3,599	

The delegate fee includes the following services:

Access to the purchased conference packages, Catering during the entire conference, Conference documentation + Evening Get-Together

- ☐ Can't make it to the conference? Purchase the 2-Day Documentation for €1299 - (Documentation will be sent 6 weeks after the event)
- ☐ Yes, I would like to receive information about products and services via email.
- ☐ I agree to IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH payment terms.

Please choose your Masterclass/es:

- ☐ **Masterclass A:**
Die Generative AI-Strategie
für Ihr Unternehmen
- ☐ **Masterclass B:**
Die Omni-Channel Strategie
im digitalen Zeitalter
- ☐ **Masterclass C:**
Entwicklungen und Chancen
im digital Health

SPONSORSHIP

We have a variety of packages available to suit your requirements. For all Sponsorship and Exhibition opportunities please contact Kevin Beims, Head of Business Development, kevin.beims@iqpc.de

REGISTRATION INFO

VENUE AND ACCOMMODATION

Hilton Düsseldorf | Georg-Glock-Strasse 20 | 40474 Düsseldorf
Tel: +49 211 4377 2906
E-mail: reservations@hiltondusseldorf.com

ACCOMMODATION: IQPC hat eine begrenzte Anzahl an Zimmern im Konferenzhotel zu einem reduzierten Preis für Sie reserviert. Ein Einzelzimmer kann für 163,00 Euro inkl. Frühstück und MwSt + 3,00 Euro Kurtaxe pro Nacht gebucht werden. Sie können ein Zimmer buchen, indem Sie direkt das Hotel unter +49 211 4377 2906 oder reservations@hiltondusseldorf.com kontaktieren. Bitte geben Sie während des Buchungsvorgangs den Buchungscode "IQPC" an. Das Kontingent steht Ihnen bis zum 12. August 2024 zur Verfügung.

**Die Hotelunterkunft für diese Veranstaltung sollte nur direkt beim Hotel gebucht werden. Wir haben keine Drittanbieteragenturen zur Buchung von Unterkünften in unserem Auftrag autorisiert. Bitte richten Sie alle Anfragen zur Hotelbuchung direkt an das Hotel.*

REGISTRATION FORM

Delegate	☐ Mr.	☐ Mrs.	☐ Ms.	☐ Prof.	☐ Dr.
Family name				First name	
Position				E-Mail	
Telephone				Organization	
Address					
Signature					

- ☐ I agree to IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH payment terms.
- ☐ Yes, I would like to receive information about products and services via email.
- ☐ Can't make it to the conference? Purchase the 2-Day Documentation for €1299 + VAT Documentation will be sent 6 weeks after the event

SUBMIT NOW

PAYMENT METHOD

- ☐ **Pay by BANK transfer quoting reference DE27279.008:**
IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH | HSBC Trinkaus & Burkhardt AG
IBAN: DE32 3003 0880 0430 0760 19 | SWIFT-BIC: TUBDDE33

- ☐ **Pay by Credit Card:**
please phone to process payment

PAYMENT TERMS | Payment is due on receipt of the invoice

CANCELLATIONS AND SUBSTITUTIONS | Delegates may be substituted at any time. IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH does not provide refunds for cancellations. If we receive written notice of cancellation more than seven (7) days prior to the conference, a credit voucher of the value paid at that date will be issued, which may be used for another conference of IQPC worldwide for up to one year from its date of issue. For cancellations received seven (7) days or less prior to an event (including day seven), no credit will be issued. In the event that IQPC GmbH cancels an event, payments received at the cancellation date will be credited towards attendance at a future IQPC GmbH conference or, in the event of a postponement by IQPC GmbH, a rescheduled date. If the delegate is unable to attend the rescheduled event, the delegate will receive a credit in lieu of payments made towards a future IQPC GmbH event, valid for one year from the date of issue. IQPC GmbH is not responsible for any loss or damage as a result of a substitution, alteration, postponement or cancellation of an event due to causes beyond its control including, without limitation, natural disasters, sabotage, accident, trade or industrial disputes or hostilities.

SPEAKER CHANGES | Occasionally it is necessary for reasons beyond our control to alter the contents and timing of the programme or the identity of the speakers.

DATA PROTECTION | Personal data is gathered in accordance with the Data Protection Act 1998. Your details may be passed to other companies who wish to communicate with you offers related to your business activities. If you do not wish to receive these offers, please tick the box below.

☐ Please do not pass my information to any third party.
If you want to inform us about your personal data or if you prefer not to get information per Fax, Email, or phone anymore, you can contact us at verteiler@iqpc.de and we will amend your record accordingly.