

Social Health Communication

Mercoledì 04 Dicembre 2013

Chairman:

09:00 Registrazione partecipanti

09:30 L'evoluzione del marketing farmaceutico e l'importanza del social media come canale di comunicazione con i principali stake holder di riferimento

la presenza delle imprese healthcare sul web
identikit dei nuovi "e-patient"

l'utilizzo del web da parte di medici, pazienti, farmacisti, operatori sanitari, istituzioni
come i social media possono modificare le relazioni nel Sistema Salute

10:15 Come realizzare una social media strategy efficace nel comparto healthcare

nuovi target di riferimento e nuovi canali di comunicazione per l'industria healthcare
brand awareness e brand reputation nel nuovo contesto di comunicazione multimediale
come sviluppare nuovi messaggi di comunicazione e come veicolarli verso la target audience in modo efficace attraverso diversi media

il data mining per: decifrare ed interpretare il punto di vista dei pazienti, lanciare dei macrotemi di analisi e discussione, identificare eventuali gap e problematiche nella pratica clinica da un punto di vista diagnostico, terapeutico, economico e organizzativo, rimodulare i messaggi di comunicazione

11:00 Coffee break

11:15 Normativa di riferimento e limiti di legge nella comunicazione verso i pazienti

Normativa italiana ed europea in materia di comunicazione nel settore farmaceutico e sanitario;
Comunicazione digitale, rivolta a pazienti ed operatori sanitari con riferimento a farmaci etici e SOP;
Modalità di comunicazione attraverso blog e forum e rapporti con associazioni di pazienti;
Diffusione tramite internet di comunicati stampa su prodotti farmaceutici o biomedicali;
Problematiche connesse alla tutela della privacy.

12:00 Esperienze di Social Web Communication in ambito sanitario

Tavola Rotonda

Fabrizio Caranci, Global Digital Medicines Exec Director - Angelini Pharma

13:15 Q&A

13:30 Lunch e chiusura dei lavori