

Malattie Rare e Omnichannel Marketing. Come aumentare l'awareness dei medici del territorio attraverso canali di comunicazione innovativi

Evento di formazione manageriale

Venerdì 5 aprile dalle ore 9:30 alle 14:00
Palazzo Falletti
Roma - Via Panisperna, 207



Malattie Rare e Omnichannel Marketing

Come aumentare l'awareness dei medici del territorio attraverso canali di comunicazione innovativi

“Il problema delle malattie rare è che sono rare”.

Prof. Alberto Musso

Come può un medico, fosse anche il più diligente e volenteroso, conoscere ognuna delle oltre 5.000 patologie che colpiscono poche decine di pazienti ciascuna?

La rarità delle malattie comporta non solo una difficoltà diagnostica, ma anche un problema di gestione.

Il medico di base o il pediatra che visita per la prima volta un assistito con malattia rara, molto probabilmente, sarà spiazzato da una patologia che non conosce abbastanza o che addirittura ignora. **In che modo, però, documentarsi se i testi di medicina sono spesso lacunosi; mentre, al contrario, il web offre numerose informazioni, spesso prive di certificazione e quindi poco attendibili?**

E, soprattutto, **dove indirizzare questi pazienti?** Chi sono gli specialisti esperti? Dove sono i Centri di Eccellenza? Quali sono le modalità di accesso?

Queste sono le domande e le sfide che il mercato pone alle Aziende Farmaceutiche che si occupano di Malattie rare.

L'evento, grazie al contributo di relatori esperti in materia, si pone l'obiettivo di promuovere l'Omnichannel Marketing nel farmaceutico come possibile soluzione per presidiare tutti i “touch points” dei pazienti e permettere, quindi, alle Aziende di interfacciarsi in maniera efficace ed efficiente con tutti gli attori del sistema, siano essi medici del territorio, specialisti o stakeholders.

L'Omnichannel Marketing è la strategia che prevede l'utilizzo di tutti i canali di comunicazione: digitali, analogici e fisici per interagire con i propri target. Diversamente dal multi-channel marketing, i vari elementi si integrano tra di loro senza punti di rottura, al fine di fornire all'audience contenuti e informazioni coerenti e complete.



MERQUIRIO
Campus

Focus

- Stato dell'arte del mondo delle malattie rare dal punto di vista delle Istituzioni
- La percezione di Medici di base e Pediatri di famiglia
- Case histories di successo

Mercurio campus nasce da un'esperienza ventennale nel campo dell'innovazione nel marketing farmaceutico con l'obiettivo di soddisfare le esigenze di formazione della classe manageriale dell'azienda farmaceutica.

Perché partecipare?

- Per ampliare le conoscenze del marketing strategico relative al mercato delle Malattie rare
- Per acquisire nuovi modelli di informazione scientifica
- Per confrontarsi con colleghi ed esperti del settore.

A chi è rivolto l'evento

- BU Director
- Sales Director
- Marketing Director
- Brand Manager
- Product Manager
- Marketing Manager
- Medical Director
- Multichannel Marketing Manager
- Strategic Operations Manager.

Relatori

- **Domenica Taruscio**, *Direttore del Centro Nazionale delle Malattie Rare dell'ISS*
- **Elena Ripamonti**, *Managing Director Elma Research*
- **Marco Totis**, *General Manager, Amicus Therapeutics*
- **Riccardo Ena**, *Country manager, PTC Therapeutics*
- **Filippo Cipriani**, *Rare Disease Patient Advocacy Lead, Head of Open Innovation Projects, Sanofi Genzyme*
- **Carlo Maggioni**, *National Account, Mercurio*

Malattie Rare e Omnichannel Marketing.

Come aumentare l'awareness dei medici del territorio attraverso canali di comunicazione innovativi

Venerdì 5 aprile dalle ore 9:30 alle 14:00

Palazzo Falletti

Roma - Via Panisperna, 207

Agenda

09:30 Registrazione dei partecipanti e Welcome Coffee

10:00 Apertura dei lavori e saluti

10:15 Malattie rare: iniziative nazionali, europee ed internazionali

Domenica Taruscio, Direttore del Centro Nazionale delle Malattie Rare dell'ISS

10:45 Raramente informati: MMG e pediatri di famiglia alle prese con le malattie genetiche rare

Elena Ripamonti, Managing Director Elma Research

11:15 Coffee Break

11:45 La complessità della comunicazione nelle Malattie Rare. Case History

Marco Totis, General Manager, Amicus Therapeutics

12:15 Un nuovo Paradigma: dalla Terapia Farmaco alla Terapia presa in carico. Case History

Riccardo Ena, Country manager, PTC Therapeutics

12:45 Malattie Rare, Patient Centricity & Open Innovation. Case History

Filippo Cipriani, Rare Disease Patient Advocacy Lead, Head of Open Innovation Projects, Sanofi Genzyme

13:10 Il dubbio diagnostico. Come utilizzare i moderni canali di comunicazione digitale per coinvolgere i medici del territorio. Case History

Carlo Maggioni, National Account, Mercurio

13:30 Light Lunch

Per richiedere informazioni sulle modalità di partecipazione collegati

www.mercurio.it/mercurio-campus



MERQUIRIO
Campus

Contatti

Oberto Mandia

Responsabile della Comunicazione

campus@mercurio.it

Corso Umberto I, 23 - 80138 Napoli

Tel. +39 0815524300

Linea Verde: +39 800014863