A woman with long blonde hair, wearing a white lab coat and blue nitrile gloves, is working in a laboratory. She is focused on a small black tablet on a clear tray. The background is a blurred laboratory setting with various pieces of equipment.

# CASE STUDY INTERIM MANAGEMENT PHARMA

Job: Aufbau eines Kampagnenmanagements zur  
Leadgenerierung

# AUSGANGSLAGE

- Das Marketing hat einen neuen Verantwortungsbereich bekommen: Im Sales-Funnel übernimmt es die Generierung von Marketing Qualified Leads (MQLs). Das wurde bis dato vom Sales-Team gesteuert, indem klassisch über den Außendienst neue Interessenten gewonnen wurden.
- Zur Leadgeneration werden Themen-Webinare für niedergelassene Ärzte angeboten, die über verschiedene Kanäle beworben werden.
- Die Zielgruppe ist klein mit rund 500 potentiellen Interessenten.



# HERAUSFORDERUNG

Die Zeit drängt: Es fehlt an vielen Grundlagen, das Kampagnen-Event wurde überraschend zeitlich vorgeschoben.

**01**

## NEUES TEAM

Das Kampagnen-Team ist neu. Es benötigt ein gemeinsames Verständnis, wie man zusammenarbeiten möchte.

**02**

## ABSENZ VON STRUKTUREN

Es fehlen Strukturen wie grundlegende Content-Assets, Kampagnenprozess und -phasen, Kampagnenkommunikation im Team und mit Stakeholdern.

**03**

## FEHLENDE PERFORMANCE-MESSUNG

Die Promotion des Webinars erfolgt auf verschiedenen Offline- und Onlinekanälen, deren Performance getrackt werden soll.

# LÖSUNG

100  
PRZNT

## DEFINITION DER TEAMROLLEN

Transparenz und Klarheit schaffen zum Start die Bestimmung der Teamrollen.

## AUFSETZEN KAMPAGNENPROZESS

Festlegung von Kampagnenphasen: mit Zielsetzung für jede Phase, mit welchen Dokumenten gearbeitet wird und den fertigen Produkten der jeweiligen Phase.

## KENNZAHLEN-REPORTING

Festlegen der wichtigsten KPIs, Aufsetzen und Führen eines Reports, Ableitung von Maßnahmen.

## REGELMÄSSIGE KOMMUNIKATION

Einführung von Projektstrukturen wie Regel-, Planungs- und Auftraggeber-Meetings, Lesson Learned, um effizient zusammenzuarbeiten.

# RESULTAT

Es ist eine wichtige Basis geschaffen wurden, um den Umsatz über Leadgenerierung langfristig zu sichern.



TEAM

Aufbau eines Teams: Klarheit und Transparenz bezüglich Verantwortlichkeiten und Aufgaben



LEISTUNG

Mehr Effizienz dank neuer Strukturen und Prozesse



ERGEBNIS

Messung der Performance, Optimierung von Marketing ROI



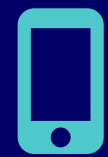
# PROJEKT

Mittelständisches Pharma-Unternehmen mit deutschen Kunden,  
Private Equity-finanziert

Rolle als Senior Operations/Project Manager:  
Aufgaben: neben Aufbau des Kampagnen-Management  
operative Aufgaben im Kampagnen-Team, Projektleitung  
(jährliches Firmenevent, Webportal), operatives  
Marketingmanagement für verschiedene medizinische  
Zielgruppen

Einsatzdauer: 5 Monate

# KONTAKT



+49 (0) 179 1411054



[alexa@100prznt.expert](mailto:alexa@100prznt.expert)



[www.100prznt.expert](http://www.100prznt.expert)



[www.linkedin.com/in/  
alexandra-korolija/](http://www.linkedin.com/in/alexandra-korolija/)



Hey, ich bin Alexandra Korolija.  
Als dynamische **Betriebswirtin** mit  
20 Jahren Erfahrung **Marketing |  
Communications | Digitalprojekte in  
Health & Technology** unterstütze ich  
als Interim Managerin zur  
Vakanzüberbrückung, Reorganisation  
oder Implementierung von Themen.

Erfahren als **Führungskraft** im **Change-  
Umfeld** seit 15 Jahren.

Das erwartet Sie: **Getting things done-  
Arbeitsweise, motivierend, transparent,  
konzeptions- & umsetzungsstark.**