A close-up photograph of a woman with long blonde hair, wearing a white lab coat and blue nitrile gloves. She is focused on her work, holding a small, dark, cylindrical tablet on a clear plastic tray. The background is a blurred laboratory setting with various pieces of equipment and shelves. The text is overlaid on the right side of the image.

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 ist 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

Klarheit über Kanal- Performance, Optimierung von Marketing ROI



PROJEKT

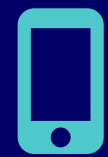
Mittelständisches Pharma-Unternehmen mit deutschen Kunden,
Private Equity-finanziert

Rolle als Senior Operations/Project Manager:

Aufgaben: neben Aufbau des Kampagnenmanagement
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



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.