



CORSO DI

Storytelling

Sanitario e Farmaceutico



comunicazione
farmaceutica

 **coiante**

Finalità

Il marketing del settore farmaceutico e sanitario conta sempre di più sulla forza della comunicazione creativa per attrarre i consumatori, interessarli e stabilire con essi un dialogo significativo. Il corso di **Storytelling Sanitario e Farmaceutico** è dedicato all'ideazione di contenuti creativi per tutti i mezzi di comunicazione: affissioni, stampa, radio, TV, direct e web.

I partecipanti a questo corso studieranno le caratteristiche e le particolarità di ogni medium e dei possibili interventi su di esso, e seguiranno passo-passo tutto il processo creativo che comincia con la scelta di un obiettivo, prosegue con la scelta di particolari modalità espressive e si conclude con il coinvolgimento del pubblico e col miglioramento delle relazioni e della reputazione del brand. Gli studenti apprenderanno delle utili linee guida per dare un *namig*, un *payoff* e un logo a brand, linee e prodotti farmaceutici e impareranno a distinguere valori e mood legati a ogni singolo brand. Si esamineranno metodi efficaci e innovativi per stabilire una comunicazione più lineare e proficua anche tra casa farmaceutica e medico. Particolare attenzione sarà data al mondo del web e alle forme di comunicazione non convenzionale sia online che offline. Ogni argomento sarà analizzato con attenzione e corredato da esempi pratici e case *history* di successo a cui ispirarsi.

Obiettivi

L'obiettivo formativo principale del corso è trasferire un nuovo approccio alla comunicazione, che non deve più essere considerata una semplice trasmissione di informazioni, ma un metodo per coinvolgere il pubblico e instaurare una conversazione con esso. In funzione di ciò sarà impartita una serie di nozioni tecniche e creative indispensabili per comunicare in modo efficace su tutti i media.

Lo studio di case *history* di successo sarà un elemento essenziale per dare ai partecipanti degli esempi d'eccellenza da prendere come punti di riferimento per l'ideazione delle proprie attività di storytelling.

Il corso avrà una durata di **due giorni**, per un totale di **14 ore** da svolgere in aula. Ogni giornata di formazione si concluderà con un'esercitazione che consentirà ai partecipanti di sperimentare a livello pratico le nozioni apprese progettando la creazione di messaggi su ogni medium online e offline.

Destinatari

- ✓ Neolaureati in discipline Scientifiche o Economiche
- ✓ Informatori Scientifici del Farmaco
- ✓ Product Specialist
- ✓ Farmacisti
- ✓ Key Account Manager
- ✓ Regulatory Affair Specialist
- ✓ Public Affair Manager
- ✓ Ricercatori Scientifici
- ✓ Jr Product Manager
- ✓ Market Research Specialist
- ✓ Blogger
- ✓ Seo Copywriter
- ✓ Web Editor
- ✓ Social Media Manager
- ✓ Web Marketing Manager
- ✓ Ux Designer
- ✓ Web Designer
- ✓ Graphic Designer

Sbocchi occupazionali

- Blogger
- Seo Copywriter
- Web Editor
- Social Media Manager
- Web Marketing Manager
- Ux Designer
- Web Designer
- Graphic Designer

Titolo rilasciato

Diploma di

SPECIALISTA IN STORYTELLING SANITARIO E FARMACEUTICO

In che modo favoriamo l'inserimento nel lavoro?

- **Inserimento nella nostra banca dati** di ricerca e selezione del personale farmaceutico
- **Invio del curriculum** alla fine del corso alle nostre aziende partner (Farmaffari)
- Possibilità di **stage** post corso con le aziende partner.

Sede del corso

MILANO, VIA CASCINA VENINA 7
20090 ASSAGO (MI) (a 200 mt. dalla
fermata Metro 2 Assago-Milanofiori)

ROMA, VIA C. CONTI ROSSINI 26
00147 ROMA (a 20 min. dalla fermata
Metro B Garbatella)

Quota di partecipazione

Il costo per la quota ordinaria è di **€ 500 oltre IVA**.

Il costo per studenti universitari e soci ANCTF, per lavoratori in mobilità o disoccupati e per le iscrizioni anticipate (entro 30 giorni dall'inizio corso) è ridotto a **€ 350 oltre IVA**.

Modalità di iscrizione

Compilare la scheda allegata in fondo al presente programma ed inviarla all'indirizzo e-mail formazione@comunicazionefarmaceutica.it o al numero di fax **02.67.165.266**

Lo staff dei docenti

GIOVANNI BATTISTA COIANTE

Formatore e imprenditore digitale

ENRICO PALMA

CEO Comunicazione Farmaceutica, direttore generale Farmaffari e accademico A.E.R.E.C.

ESTER PALMA

Responsabile della formazione per Comunicazione Farmaceutica e direttrice eventi per Farmaffari

LUCA TERLIZZI

Copywriter e consulente di digital marketing

PROGRAMMA del CORSO

LO STORYTELLING

- C'era una volta... una storia di business
 - Raccontare le emozioni
 - Raccontare i numeri
 - Trovare il proprio pubblico
 - Dillo con parole tue: come vendere raccontando
 - Gli archetipi di Vogler: dai al tuo pubblico il suo eroe
-

TUTTO PARTE DAL BRAND

- L'identità del brand
 - Naming: come dare un nome a un brand, a una linea, a un farmaco
 - Payoff: come comunicare una promessa chiara ed efficace
 - Logo: come trovare la propria identità visiva
 - Bayer: analisi di un brand farmaceutico di grande successo
-

IL MEZZO È IL MESSAGGIO

- Su quali mezzi di comunicazione è possibile fare storytelling
- Come si organizza e coordina la comunicazione su più mezzi
- Differenza tra paid, owned & earned media
- Differenza tra mass media, digital media e direct media
- Stampa, affissione, radio, cinema e TV: caratteristiche dei media e prezzo degli spazi
- Publiredazionali, branded content e product placement

COMUNICARE CON CREATIVITÀ

- Come ideare un messaggio di comunicazione efficace
- Il processo creativo: brief, brainstorming, insight, proposte e scelta
- Come adattare il messaggio ad ogni medium
- Stampa, affissione, radio, cinema e TV: come realizzare un messaggio per ciascuno di questi media
- Solo per dottori: la specificità della comunicazione farmaceutica rivolta ai medici
- Direct marketing e below-the-line: uno strumento da non sottovalutare
- Guerrilla marketing ed eventi: la nuova frontiera dello storytelling non-convenzionale
- La campagna integrata: quando più media uniscono le forze

PRIMA ESERCITAZIONE

COMUNICAZIONE FARMACEUTICA E SANITARIA: ESEMPI DI SUCCESSO

- I modi più creativi per comunicare i benefici di un farmaco o di una terapia
- I modi più creativi per comunicare le conseguenze negative di una patologia
- I modi più creativi per comunicare l'importanza della prevenzione
- I modi più creativi per instaurare un dialogo tra casa farmaceutica e medico
- Gli esempi più creativi di guerrilla marketing ed eventi in ambito sanitario
- Campagne integrate di successo in ambito sanitario

COMUNICARE SUL WEB: LO STORYTELLING DIGITALE

- Che cos'è lo storytelling online e in cosa si differenzia da quello offline
- Viralità: il potere dei video che girano sul web
- Tutto con la voce: i podcast
- Esperienze digitali: sorprendere gli utenti e creare una community

- App: lo storytelling più utile e immediato
 - Storytelling digitale: esempi di successo
-

STORYTELLING E REPUTAZIONE

- Su internet la reputazione è tutto
 - ONLUS e cause-related marketing: quando aiutare gli altri fa bene al brand
 - Cosa si può imparare dalla comunicazione delle ONLUS
 - Storytelling per l'adesione a una causa: esempi di successo
 - Fare innovazione consolida la reputazione
 - Storytelling su innovazioni sanitarie: esempi di successo
-

ESERCITAZIONE FINALE

CHIUSURA LAVORI

- Conclusione e saluti finali

Scheda di iscrizione

AL CORSO DI STORYTELLING SANITARIO E FARMACEUTICO

Dati personali del partecipante

NOME E COGNOME _____

LUOGO E DATA DI NASCITA _____

RESIDENTE IN _____ PROV. _____

VIA _____ CAP _____

TEL. _____ FAX _____

RAGIONE SOCIALE _____

C.F. _____ P.IVA _____

TITOLO DI STUDIO _____

ATTUALE OCCUPAZIONE _____

E-MAIL _____

Quota di partecipazione

- QUOTA ORDINARIA: € 500 oltre IVA
- QUOTA RIDOTTA: € 350 oltre IVA (iscrizione anticipata)

Modalità di pagamento

- BONIFICO BANCARIO** (indicante il nome del partecipante) intestato a:
COMUNICAZIONE FARMACEUTICA S.R.L.
Banca Monte dei Paschi di Siena C/C N.: 000003177955
ABI: 01030 - CAB: 03405 - CIN: D - IBAN: IT73D0103003405000003177955
- PAYPAL** (indicante il nome del partecipante) verso l'indirizzo e-mail
sales@comunicazionefarmaceutica.it
- VAGLIA POSTALE** (indicante il nome del partecipante) intestato a:
COMUNICAZIONE FARMACEUTICA S.R.L. Piazza IV Novembre, 4 20124 Milano (MI)

Clausole contrattuali

1. **PERFEZIONAMENTO DELL'ISCRIZIONE:** L'iscrizione si intende perfezionata al momento della ricezione da parte di Comunicazione Farmaceutica s.r.l. della presente scheda debitamente compilata e sottoscritta per accettazione.
2. **RECESSO:** Perfezionata l'iscrizione, è possibile esercitare il diritto di recesso entro 5 (cinque) giorni dall'inoltro della scheda, mediante invio di r.a.r. a Comunicazione Farmaceutica srl, sede amministrativa Piazza IV Novembre, 4 - 20124 Milano (MI) ed anticipata al fax 02.67.165.266: in tal caso Comunicazione Farmaceutica provvederà al rimborso della quota eventualmente versata dal recedente, senza nessun addebito. Qualora la comunicazione di recesso pervenga oltre il limite indicato e fino al giorno prima dell'inizio del master/corso, Comunicazione Farmaceutica s.r.l. sarà autorizzata a fatturare il 30% (+IVA) dell'intera quota di iscrizione. In caso di mancata presentazione del Partecipante all'inizio del Corso, Comunicazione Farmaceutica s.r.l. emetterà fattura per l'intero importo e tratterà la quota già versata, fatta salva la possibilità del Partecipante di utilizzare la quota per iscriversi ad un'altra edizione o ad altro corso di pari importo.
3. **CAMBIAMENTI DI PROGRAMMA:** Per esigenze di natura organizzativa e didattica, Comunicazione Farmaceutica s.r.l. si riserva la facoltà di rinviare i corsi programmati. Ogni variazione sarà tempestivamente segnalata ai Partecipanti, che avranno la possibilità di partecipare all'edizione successiva. In caso di volontà diversa del Partecipante, Comunicazione Farmaceutica s.r.l. provvederà all'integrale restituzione della quota d'iscrizione eventualmente già versata.
4. **CONDIZIONI RILASCIO DIPLOMA:** Al termine del Corso verrà rilasciato un Diploma di Specialista nell'ambito del Corso frequentato ai partecipanti in regola con la posizione amministrativa.
5. **RESPONSABILITÀ DEI PARTECIPANTI:** I Partecipanti ai Corsi sono personalmente responsabili per i danni eventualmente arrecati alla struttura, alle aule, ai supporti didattici, alle attrezzature e a quant'altro presente nei locali dove si svolgono i corsi. I partecipanti sono inoltre tenuti a rispettare la normativa interna (firma registri, uso dotazioni informatiche ecc.).
6. **PRIVACY:** Il trattamento dei dati personali viene svolto nell'ambito della banca dati di Comunicazione Farmaceutica s.r.l. e nel rispetto di quanto stabilito dal regolamento europeo GDPR 2016/679 sulla tutela dei dati personali. I suoi dati non saranno comunicati o diffusi a terzi e per essi Lei potrà richiedere in qualsiasi momento la cancellazione. Informativa completa su www.comunicazionefarmaceutica.it/privacy.php
7. **CONTROVERSIE:** Per ogni controversia sull'interpretazione, esecuzione e applicazione sarà competente esclusivamente il Foro di Milano (MI) con esclusione di qualsiasi altro Foro.

LUOGO E DATA

FIRMA del partecipante

La scheda di partecipazione va inviata a formazione@comunicazionefarmaceutica.it o in alternativa al fax 02.67.165.266

Comunicazione Farmaceutica S.r.l. - P.IVA IT08697850967

Piazza IV Novembre, 4 - 20124 Milano MI - tel. 02.826.21.95 - fax: 02.67.165.266

formazione@comunicazionefarmaceutica.it - www.comunicazionefarmaceutica.it