

Workshop De impact van je wetenschappelijk event vergroten via LinkedIn plus compliance aspecten

Maarten Boschloo (Amarin) en Gertie Lintjens (CMS)

Inleiding

LinkedIn is het grootste professionele netwerk op het internet. Je kunt LinkedIn gebruiken om de juiste baan of stageplaats te vinden, connecties aan te gaan met professionele relaties en deze band te versterken en de vaardigheden te leren die je nodig hebt voor een succesvolle carrière. Je hebt toegang tot LinkedIn vanaf een desktop, de LinkedIn-app voor mobiele apparaten, de mobiele webervaring of de LinkedIn Lite-app voor mobiele Android-apparaten.

Een compleet LinkedIn-profiel biedt carrièrekansen door de presentatie van jouw unieke professionele verhaal aan de hand van ervaring, vaardigheden en opleiding.

Je kunt LinkedIn ook gebruiken om offline evenementen te organiseren, lid te worden van groepen, artikelen te schrijven, foto's en video's te plaatsen en meer.

De bedoeling van LinkedIn is om te netwerken. Je probeert je groep van relevante zakelijke contacten zo groot mogelijk te maken en je laat elkaar gebruik maken van elkaars netwerk. Je kunt bijvoorbeeld kennis en interesses met elkaar delen, vragen stellen, vacatures plaatsen of vacatures vinden.

Er zijn momenteel meer dan 675 miljoen geregistreerde leden op LinkedIn wereldwijd, waarvan meer dan 260 miljoen actieve maandelijkse gebruikers. In Nederland zijn meer dan 9 miljoen gebruikers waarvan meer dan 110.000 een profiel hebben dat Medical Doctor aangeeft.

LinkedIn-nieuws/ berichten feed

Je LinkedIn activiteitenoverzicht bevat bijdragen, gedeelde items, commentaar en reacties uit je netwerk, bedrijven en interesses die je volgt, aanbevolen content en gesponsorde content. Jouw sociale activiteit op LinkedIn beïnvloedt de soorten content die in je activiteitenoverzicht worden weergegeven.

Gesponsorde content

Tussen de berichten die je van je LinkedIn relaties ontvangt zitten soms ook gesponsorde berichten, je ziet dan het woord gepromoot linksboven bij het logo staan. Wel eens opgevallen? Na deze workshop weet je precies hoe dit werkt en hoe je dit kan inzetten.

Workshop indeling

- Kennismaking met LinkedIn promoted post (gesponsorde berichten)
- Hoe werkt het precies om een gesponsord bericht te maken?
 - Doelgroep selectie opties?
 - Budget en duur
- Mogelijkheden om aandacht te vragen voor medische educatie, congressen, nascholingen, studies enz.
- Pharmacovigilance verantwoordelijkheden.
- Praktijkvoorbeelden
- Post maken, interactieve sessies met voorbeelden uit de groep.
 - Heb je een activiteit of een artikel die je graag onder de aandacht van je doelgroep willen brengen laat het mij weten en deel de content dan maken wij tijdens deze sessie de promoted post.(maarten.boschloo@pharmanext.nl)

Maarten has more than twenty-five years of experience in pharma, primarily in sales and marketing roles. For the past seventeen years, he has focused on Digital marketing. Maarten is passionate about integrated omni-channel marketing execution and has put his skills to work developing and implementing successful HCP strategies. His strengths lie in taking developing new business models and taking them from insight to engagement using an entrepreneurial, solution-oriented approach.

Maarten was the executive director of innovation and strategy for Aptus Health, after several years in global and regional Marketing, multi-channel and digital marketing leadership roles for GSK and Merck. This includes seven years of work on the digital transformation of pharma: at Merck, Maarten established integrated multi-channel teams in China and Brazil; at GSK, he focused on integrating medical, sales, digital, and marketing teams. Earlier in his career, he launched one of the industry's first HCP portals as well as a game-changing fertility education portal serving 22 countries.

Over the last years Maarten was involved with multiple projects e.g., for Amgen, Takeda, GSK, Bayer, Chiesi, Boehringer-Medi, Roche, Mundipharma, Pfizer and many more as senior-consultant with DT-consulting.

Currently Maarten is introducing Vazkepa as Executive Director Customer Engagement Europe at Amarin. On request and in his spare time he supports Dutch pharma colleagues.

Maarten received a master's degree (M.Sc.) in marketing strategy from the University of Groningen.



Gertie Lintjens is a Life Sciences expert who has gained almost 25 years of experience working as in house counsel, predominately in the Life Sciences industry. After being appointed a judge trainee in 1996, she has pursued her career in 1998 as an in house counsel. She held senior international legal positions in global companies like Heinz and Eli Lilly and has been general counsel of myTomorrows , an online platform that enables access to drugs in development.

Based on her unique insight into the Life Sciences industry she advises clients that are active in the field of pharmaceuticals and medical devices on a broad range of legal and compliance matters, including advertising and promotion, pricing and reimbursement, early access schemes, clinical research, patient programs, product launches, late life cycle management and investigations of health care authorities. She is also very experienced in reviewing, drafting and negotiating industry related commercial contracts like manufacturing, supply and distribution, wholesale, co promoting and co marketing.

Gertie also advices on compliance matters related to the Life Sciences industry, often linked to code of conducts and standard operating procedures on anti corruption and anti bribery and the industry's self regulation on its interactions with health care professionals.

