



WEITBLICK FÜR DAS WESENTLICHE.



LIEBER UNBEKANNTER KUNDE,

hiermit bewerben wir uns als Agentur-Partner für
Content & Social Media Marketing im Medizinbereich.

Medizin- und Gesundheitsthemen sind ein Schwerpunkt
unserer Arbeit. Im Folgenden möchten wir Ihnen einige
unserer Referenzen vorstellen und dabei auch etwas
über unsere strategische Vorgehensweise, Messbarkeit
und Multi Channel Marketing vermitteln.

Denn jede Situation ist anders. Daher gibt es bei uns
kein Allgemeinrezept, sondern maßgeschneiderte
Lösungen.

Wir freuen uns über ein persönliches Gespräch!
Ihr PANORAMA3000-Team



AGENTURPROFIL

Wir sind die post-digitale Kreativagentur aus Berlin. Digitale Kommunikation, Online Marketing und Social Media sind unsere Kernkompetenzen.

Leistungen: Strategie und Beratung, Kampagnenkonzeption und -kreation, Contentstrategie und -produktion, Ad Management und Performance Marketing, Creator Relations und Community Management UX und Entwicklung bekommen Sie bei uns.

Standort: Berlin

2021

Mitarbeiter*innen: 32
Umsatz: 2,0 Mio €

2022

Mitarbeiter*innen: 32
Umsatz: 2,3 Mio €

2023

Mitarbeiter*innen: 31
Umsatz: 2,2 Mio €



UNSERE PREISE

LEISTUNG

STUNDENSATZ

TAGESSATZ

	Junior	Senior	
Geschäftsführung		250 €	2.000 €
Kreativdirektion		150 €	1.200 €
Strategie & Konzeption	110 €	140 €	880 € / 1.120 €
Redaktion & Social Media Management	100 €	120 €	800 € / 960 €
Community & Creator Management	100 €	120 €	800 € / 960 €
Design & Art Direktion	100 €	120 €	800 € / 960 €
Ad Management & Datenanalyse	100 €	120 €	800 € / 960 €
IT & Entwicklung	110 €	140 €	880 € / 1.120 €
Beratung & Projektmanagement	100 €	120 €	800 € / 960 €



VORHANG AUF FÜR DIE REFERENZEN





Die KNAPPSCHAFT Krankenversicherung beraten und unterstützen wir bei der Kreation von Social Media- und Kampagnen-Inhalten, bei der Digitalstrategie und im Online Marketing zur Mitgliedergewinnung.

Zeitraum

Seit 2020



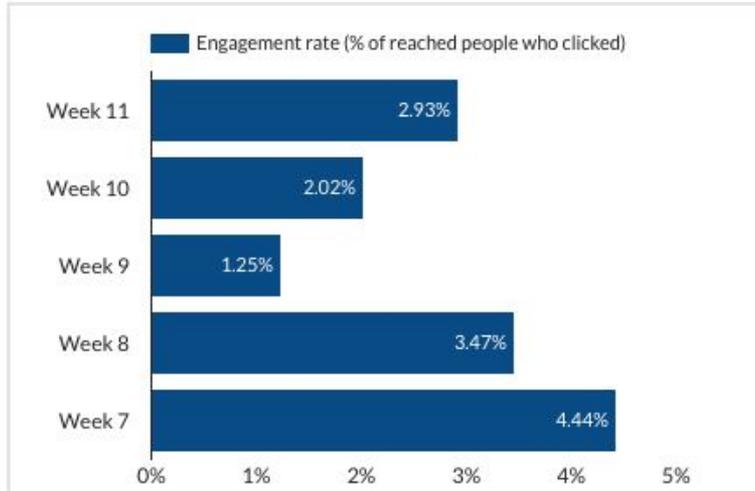
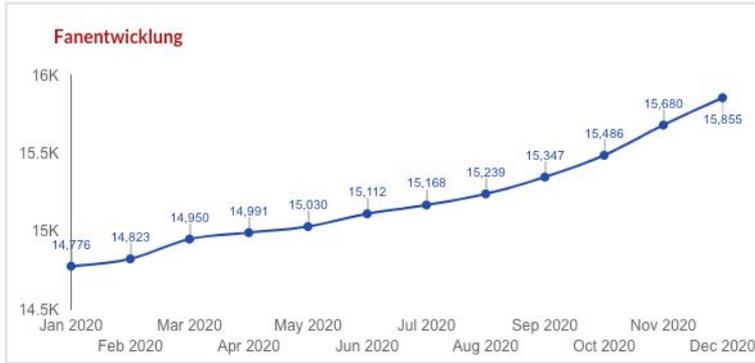
CONTENT HILFT

Unsere Content Strategie bündelt Themen und schafft Orientierung für Versicherte und Orientierte, die einheitliche Bildsprache schafft Wiedererkennung.

Wir wollen die Follower unterstützen, gesund zu bleiben, gesund zu werden und sich als Teil einer gesunden Gemeinschaft zu fühlen.

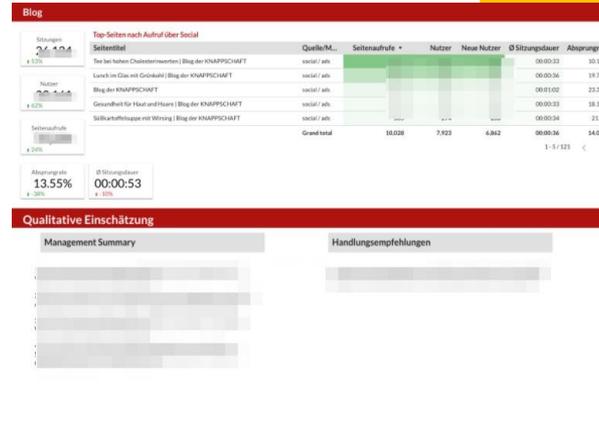
Die verbundenen Krankenhäuser und das Experten-Netzwerk als Alleinstellungsmerkmal der KNAPPSCHAFT sind dabei ein wichtiges Thema.

Einzelne Beiträge werden mit unterschiedlichen Zielen an verschiedene Zielgruppen beworben, um Reichweite, neue Follower und schlussendlich Mitglieder zu gewinnen.



MESSBARKEIT AUCH

In verschiedenen Dashboards messen wir den Erfolg unserer Arbeit anhand von KPIs wie Engagement im Branchenvergleich, Besucher auf den KNAPPSCHAFT-Websites und Neu-Mitgliedergewinnung.





Volume Graphics sind Marktführer für Industrie CT Software. Damit wird das Innere von Bauteilen sichtbar, automatisierte Prüfung und Prototyping wird dadurch möglich. Auch viele Medizintechnik-Hersteller sind Kunden von Volume Graphics.

Zeitraum

Seit 2021



.B.A.H

Bundesverband der
Arzneimittel-Hersteller e.V.

Wir positionieren den BAH als
Branchen-Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit
und stellen die Nachhaltigkeitsprojekte der
Mitgliedsunternehmen in einer
Video-Driven-Kampagne vor.

Zeitraum

Seit 2021

VORBILD FÜR EINE GANZE BRANCHE

Der Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller e.V. (BAH) unterstützt seine Mitglieder dabei, Unternehmensprozesse umweltfreundlich zu gestalten und leitet so die Transformation zu einer nachhaltig agierenden Branche ein.

Um den Stakeholdern der Branche zu zeigen, dass Veränderung möglich ist, wurde eine Kampagne ins Leben gerufen, die einen sehr praxisbezogenen Ansatz verfolgt: Im Mittelpunkt der kommunikativen Maßnahmen stehen die Menschen, die mit Überzeugung, kreativen Lösungen und Best Practice-Beispielen in der Branche vorangehen.



„Wenn wir nicht auf die **Natur achten**, können wir irgendwann auch nicht mehr aus ihr **schöpfen** und würden an dem Ast sägen, auf dem wir sitzen.“

Cassandra Heimgartner
Nachhaltigkeitsbeauftragte
bei SALUS

 eine Initiative des BAH



„**Nachhaltigkeit** ist für uns ein ganz besonderes Thema, weil wir ein Produkt herstellen, das treibgasfrei ist.“

Dr. Felix Weiland
Leiter Produkt- und Prozesstechnologie
bei Boehringer Ingelheim microParts

 eine Initiative des BAH



Nachhaltigkeit in der
Arzneimittelbranche

DAS HERZSTÜCK: DER KAMPAGNENFILM

Im Rahmen eines hochwertig produzierten Kampagnenfilms mit Doku- Charakter zeigen wir **individuelle Lösungsansätze für eine nachhaltige Unternehmensführung.**

AUSSPIELUNG DER INHALTE

Rund um die zentralen Videoinhalte produzierten wir eine Reihe an weiteren Assets wie Snippets und Visual Statements, um der Kampagne noch mehr Strahlkraft zu verleihen.

Auf LinkedIn und Twitter wurden im Vorfeld relevante Stakeholder identifiziert. So konnten die Inhalte passgenau an Vertreter der Wirtschaft und Politik, an Mitglieder von Institutionen und Verbänden sowie an Follower von relevanten Fachmedien ausgesteuert werden.

Mittels Retargeting wurden interessierte Personen über den gesamten Kampagnenverlauf mit weiteren Inhalten angesprochen.

Die Playlist mit allen Videos:

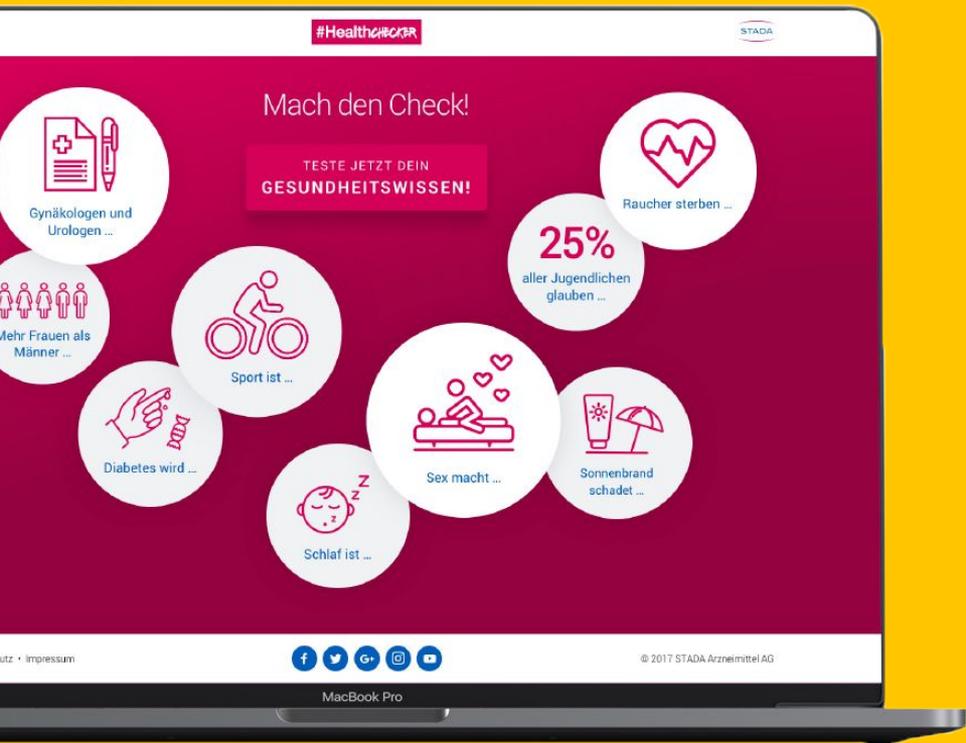
<https://www.youtube.com/watch?v=5IF-VTYIvBQ&list=PLUjXGAjivwNCGPj6HorWDLhEZEUARb46O>





Für den führenden deutschen Hersteller mit Fokus auf Generika und rezeptfreie, apothekenpflichtige Arzneimittel entwickelten wir ein globales Social Media-Playbook, brachten den Gesundheitsreport ins Netz und setzten zahlreiche Produktkampagnen online um.

Zeitraum
2017 - 2022



AUSGEZEICHNETE ONLINE-KAMPAGNE

Mit dem #HealthChecker brachten wir junge Menschen dazu, sich mit dem Thema Gesundheit zu befassen.

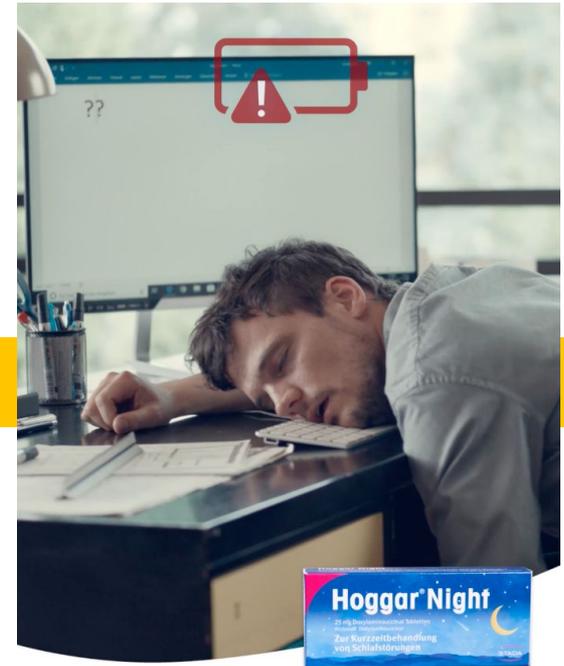
Auf unserer Kampagnen-Webseite „health-checker.de“ wurden Fakten des STADA Gesundheitsreports als interaktiver Wissenstest aufbereitet. Über gezielte Werbeanzeigen bei Facebook, Instagram und Snapchat erreichten wir in einem Monat knapp 4 Mio. User und konnten 350.000 Kampagnenseiten-Aufrufe und 7.365 abgeschlossene Wissenstests generieren.



AUSGEZEICHNETE ONLINE-KAMPAGNE



Unsere Arbeit wurde mit dem Deutschen Preis für
Onlinekommunikation 2018 - Silber in der Kategorie Chemie &
Pharma - ausgezeichnet.



PRODUKT KAMPAGNEN

Jedes STADA Produkt hat seine eigene Welt, Zielgruppe und Tonalität. Während der Umsetzung auffälliger Anzeigenkampagnen durften wir für Produkte wie Grippostad, Hoggar Night, Ladival, Probielle und Terzolin Themenwelten jedes Mal neu erfinden. Im Zentrum stand dabei immer eine disruptive Mechanik und sekundenschnelles Storytelling.



Livia

Livia nutzt eine wissenschaftlich erprobte Technologie gegen Regelschmerzen. Das Gerät stimuliert über Elektrodenpads den Unterbauch und blockiert so schmerzhafte Signale direkt im Nervensystem. Wir waren für die Online-Vermarktung in Deutschland zuständig.

Zeitraum

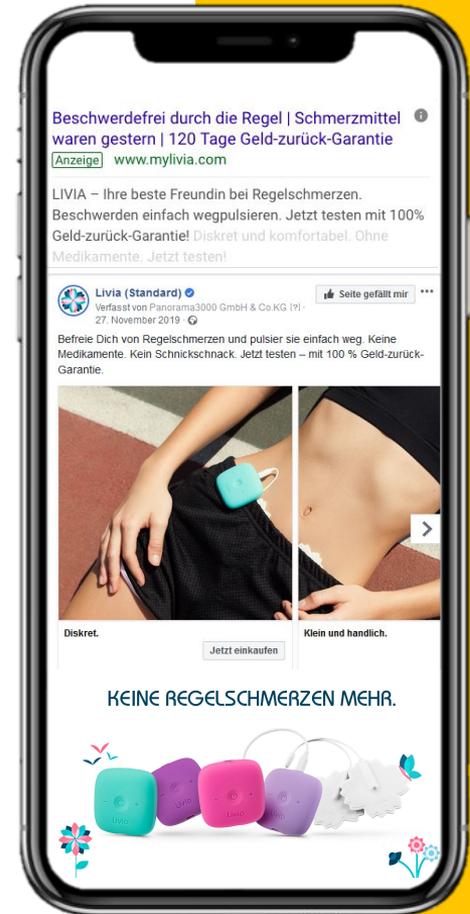
2019 – 2020

LANGZEIT-STRATEGIE MIT SALES-FOKUS

Das Ziel: Verkäufe in DACH unter einem bestimmten CPS über alle Kanäle zu generieren. Dabei wurden wir als Agentur direkt an den Sales beteiligt.

Die Strategie war so simpel wie effektiv: in zahlreichen Zielgruppen Awareness für das Problem und die Lösung durch das Produkt schaffen und dann gezielt die Interessierten wieder anzusprechen und damit die Conversion-Kosten kontinuierlich zu senken.

Dabei nutzen wir alle relevanten Kanäle und Tools, von Google bis Social Media, Display, Influencerinnen und Remarketing-Automatisierung und starteten ein Botschafterinnen-Programm.



STARKE CREATIVES MACHEN MARKE

Auf Basis der Markenwelt und den zahlreichen Assets von Livia erstellten wir für jeden Schritt im Customer-Funnel unterschiedliche Visual-Sets.

Die Erstansprache erfolgte mit Lifestyle-Creatives und dem Hinweis auf eine Rücknahmegarantie. An interessierte Nutzerinnen spielten wir im weiteren Verlauf Produkt-Visuals aus, gefolgt von einer Rabattierung.

Die Visuals und Formate wurden dabei stetig gegeneinander getestet und schlecht performende um Neue ersetzt.



Livia (Standard)
Gesponsert · 🌐

"Die Frage aller Fragen: Hilft Livia wirklich? Ein klares Ja." - Curved. 🙌 Jetzt frei sein von Regelschmerzen! 🧑‍⚕️

Oder

MYLIVIA.COM
100% Geld-zurück-Garantie.

JETZT EINKAUFEN



Beschwerdefrei durch die Regel

Diskret und komfortabel,
Regelschmerzen einfach
wegpulsieren.



Steigerung der Verkaufszahlen um

352%

Livia (Standard)
Gesponsert · 🌱

Regelschmerzen wegpulsieren. Stimulierende Impulse verhindern, dass Schmerzsignale das Gehirn erreichen. 100% natürlich. 🌱



MYLIVIA.COM
Jetzt 35% sparen

JETZT EINKAUFEN

Livia (Standard)
Gesponsert · 🌱

Deine diskrete Lösung gegen Regelschmerzen. Ob auf der Arbeit oder beim Sport, pulsier den Schmerz einfach weg. ... Mehr anzeigen



MYLIVIA.COM
Gratis Geschenk und 35% Rabatt.

JETZT EINKAUFEN

Livia

Regelschmerzen auf Knopfdruck ausschalten.

JETZT KAUFEN



Livia (Standard)
Gesponsert · 🌱

Regelschmerzen auf Knopfdruck wegpulsieren. 🌟 Jetzt zum Weihnachtspreis mit 35% Rabatt und gratis Geschenk. 🎁

Christmas SALE

35% OFF

KOSTENLOSE LIEFERUNG

2 HÜLLEN *anzufügen*

MYLIVIA.COM
35% Rabatt und 2 Hüllen geschenkt!

JETZT EINKAUFEN

Cost per Landing
Page Aufruf
0,47 €

Monatliche Senkung der
Kosten pro Conversion um
15%

Return on Ad Spend von
200%



bitkom

Die bitkom Akademie ist der Fortbildungsbereich des Digitalverbands bitkom. Mit Online-Marketing-Kampagnen stellen wir sicher, dass Weiterbildungen zu IT-Themen & digitalen Trends von Fach- und Führungskräften schnell gefunden werden.

Zeitraum

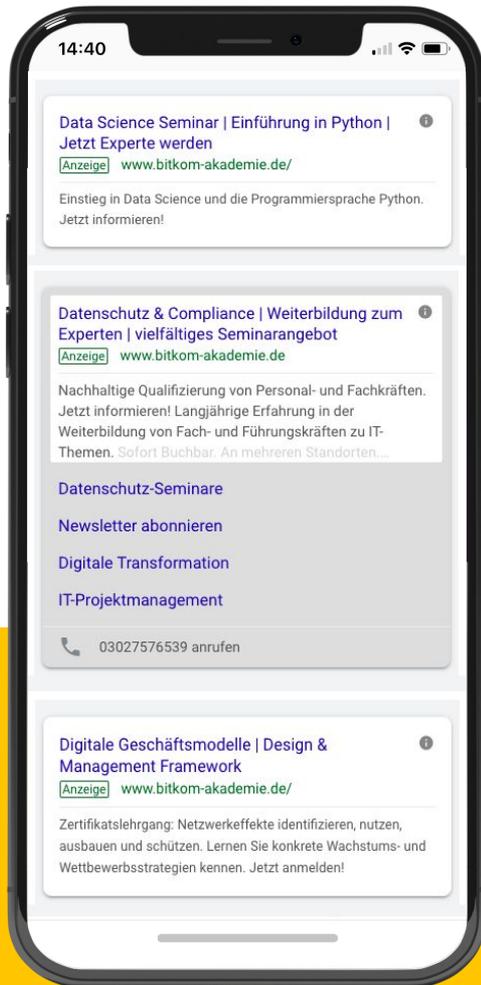
2017 - heute



ALWAYS ON FÜR SEMINARE, WORKSHOPS & EVENTS

Der Fokus liegt auf der ganzjährigen Bewerbung im Google Search Netzwerk. Hier werden nach Suchinteressen einzelne Seminare, Seminarreihen, Events oder das gesamte Angebot beworben. Ziel ist dabei der Verkauf von Seminarteilnahmen.

Auch auf YouTube, Facebook, LinkedIn und Spotify wird das bitkom Bildungsangebot an potentielle Teilnehmer kommuniziert. Hier geht es um Reichweite und Bekanntheit des Angebots.



LAUFENDE OPTIMIERUNG

Seit dem Start unserer Arbeit verbessern wir stetig die Effizienz des Mitteleinsatzes.

Einige der Ergebnisse:

150%

Conversion-Rate
Steigerung bei
gleichem Budget.

196%

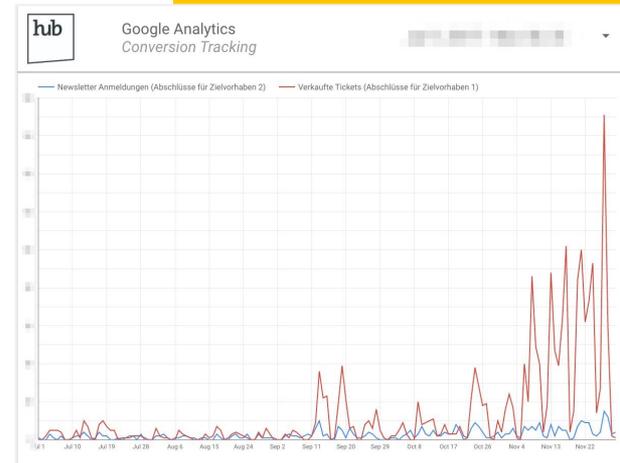
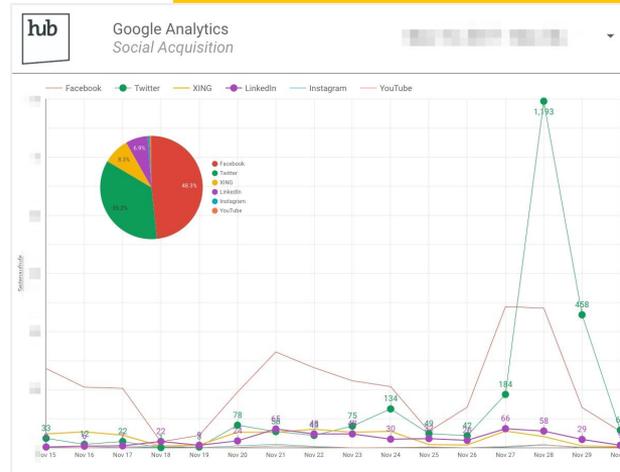
Mehr Seminar-Buchungen
generieren.

58%

**Kostensenkung pro
Conversation..**

LIVE DASHBOARDS

Die Daten der verschiedenen Plattformen fließen in Dashboards zusammen. So kann man tagesaktuelle Leistungen überprüfen und entsprechende Maßnahmen ergreifen.





Der Aufbau einer aktiven Instagram-Community gelang mit einer emotionalen Kampagne, die vier junge Menschen mit MS im Dialog miteinander vorstellte.

Zeitraum

2020

Kontakt

Ines Teschner: teschner@dmsg.de

Budget

40.000 €



EINE MS-DIAGNOSE IST EINE DOPPELTE HERAUSFORDERUNG.

Die Betroffenen müssen es selbst verkraften. Und sie müssen es ihrer Familie, ihren Freunden, ihren Kolleginnen erzählen.

Für diese Gespräche und auch die Fragen, die auf sie zukommen, wollen wir Mut machen und Erfahrungen teilen. Und eine Community aufbauen, die sich gegenseitig unterstützt - gerade für junge Menschen, die gerade diese Diagnose bekommen.

Laura, Anika, Dennis und Vladi erzählen uns ihre Geschichte auf Instagram und kommen mit anderen ins Gespräch.



DEUTSCHE
MS
GESELLSCHAFT

DIAGNOSE MS: VIER JUNGE MENSCHEN BERICHTEN

dmsg
■ Schweiz
■ MDRG Berlin
■ Gesellschaft
■ Bundesverband e.V.

ERGEBNISSE



73.161

Video-Views



1,2 Mio

Impressionen



4.371

Interaktionen

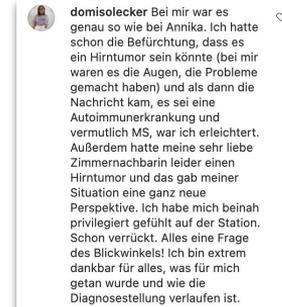
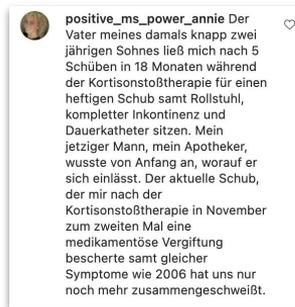
500%

Follower Wachstum

Organisch und mit ca. 5.000€ Mediabudget an fokussierte ZG mit Interesse an MS und Follower der DMSG Facebook Page.

Neben den sehr guten Zahlen und den zahlreichen Medien-Berichten waren vor allem die Reaktionen in den Kommentaren und über andere Kanäle der DMSG der Beleg, dass unsere Strategie funktioniert. Wir erreichen Erkrankte und bringen sie miteinander in den Austausch. Sie machen Mut und schaffen Bewusstsein für Herausforderungen und Fragen, denen sich Betroffene stellen müssen.

Die Kampagne legte den Grundstein für eine sehr aktive Instagram-Community und zahlreiche Formate, die auf Themen für junge MS Erkrankte eingehen.



EIN PAAR WORTE ZUM SCHLUSS

Danke für die Aufmerksamkeit bis zum Ende!

Was wir mit den Referenzen zeigen wollten: Gute und erfolgreiche Kommunikation gelingt nur im Team, in enger Zusammenarbeit. Und eine Strategie ist nur so gut wie ihre Umsetzung.

Wir lieben Daten - vor allem als kreative Sprungbretter. Denn gute Kommunikation soll etwas bewirken. Das muss man spüren. Und das kann man messen.

Das würden auch gerne für Sie tun. Lassen Sie uns kennenlernen und ihre individuelle Lösung finden.

Viele Grüße vom P3000 Team 🧡





GESTALTEN SIE DEN DIGITALEN WANDEL MIT UNS

PANORAMA3000 GmbH & Co. KG

Thomas Praus

Kreuzbergstraße 28

10965 Berlin

+49 30 21300700

thomas.praus@p3000.net

www.p3000.net

Die in dieser Präsentation dokumentierten Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum der PANORAMA3000 GmbH & Co KG und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die unautorisierte Nutzung, die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte sind nicht gestattet.

© PANORAMA3000 GmbH & Co KG 2023