

- ▶ Strategische Kommunikationsberatung des Geschäftsführers
- ▶ Externe Pressestelle, Unterstützung bei Stakeholder-Kommunikation
- ▶ Konzeption, Text und Layout von Geschäftsbericht, Newsletter und Informationsmaterialien sowie Organisation von Presseveranstaltungen

Bewusstsein stärken

wbpr_ Kommunikation setzt in einem stark geprägten pharmakritischen Umfeld auf aktuelle Thementrends, um den FSA bekannt zu machen und um über sein Tätigkeitsfeld aufzuklären. Für den direkten Kontakt mit Stakeholdern (Ärzten, Patientenorganisationen, Player im Gesundheitswesen) regte wbpr_ Kommunikation die gezielte Teilnahme an Branchenveranstaltungen an.

Aufgaben und Ziele des FSA werden im Bewusstsein der (Fach-)Öffentlichkeit verankert.

Außenbild generieren

Um ein einheitliches Auftreten zu gewährleisten, wurde ein stringentes Corporate Design erarbeitet. Geschäftsbericht, ein regelmäßiger Newsletter und weitere Informationsmaterialien werden konzipiert, getextet und gestaltet.

Als externe Pressestelle ist wbpr_ Kommunikation erster Ansprechpartner für alle Medienbelange (Interviews, Statements), konzipiert gezielt Presseaktivitäten, setzt diese um und ist Sparringspartner für die Geschäftsführung.



Vertrauensbildende Kommunikation in pharmakritischem Umfeld

Der Verein „Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie e.V.“ und seine Arbeit sind bekannt. Insbesondere durch schnelle Reaktion und maßgeschneiderte Botschaften gelingt es, den FSA ins Gespräch zu bringen und ihn als kompetenten Gesprächspartner und wertvollen Informationslieferanten zu etablieren. Statements werden aufgenommen, der Geschäftsführer ist als Gesprächspartner gesetzt, Redakteure haben den FSA auf der Agenda. Auf das in Krisenzeiten erworbene Vertrauen und das Interesse der Journalisten baut die kontinuierliche Medienarbeit auf. Die Glaubwürdigkeit der Selbstkontrolle steigt stetig.