

# MARKETING FÜR VERSANDAPOTHEKEN

OPTIMIEREN SIE IHRE APOTHEKE – SCHNELL + SICHER +  
DIREKT – IHRE ONLINE-APOTHEKE LIEFERT?



TOBIAS BOLTZE – DIGITAL MARKETING AGENTUR – MEDIVENDIS

# INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort ..... 9

**Einführung in das Marketing für Versandapotheken**Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Der Aufstieg der Versandapotheken: Ein Überblick** ..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

*Historische Entwicklung der Versandapotheken in Europa*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Vorteile und Herausforderungen*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Technologische Innovationen und Zukunftsaussichten*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Abschlussbetrachtung*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Die Bedeutung von digitalem Marketing in der Versandapotheke**Fehler! Textmarke nicht definiert.

*Steigerung der Sichtbarkeit und Reichweite*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Personalisierung und Kundenbindung* ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Vertrauensbildung und Markenstärkung*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Messung und Optimierung der Marketingaktivitäten*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Fazit & Schlussbemerkungen*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**„Digitales Marketing: Der Schlüssel zum Erfolg für moderne Versandapotheken“**Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Vertrauen und Sicherheit: Schlüsselaspekte im Online-Pharmamarkt**Fehler! Textmarke nicht definiert.

*Die Bedeutung von Vertrauen im digitalen Arzneimittelhandel* ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Sicherheitsaspekte im digitalen Arzneimittelhandel* ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Herausforderungen und Lösungsansätze*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Die Rolle des digitalen Marketings* ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Fazit & Schlussbemerkungen*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Zielgruppenanalyse und Marktforschung**.....Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Verstehen der Zielgruppe: Bedürfnisse und Erwartungen** ..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

*Diversifizierte Kundensegmente* ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

*Bedürfnisse und Erwartungen*..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Strategien zur Bedürfnisbefriedigung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fazit & Schlussbemerkungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Segmentierung des Marktes: Wer sind Ihre Kunden?.....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Demografische Segmentierung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Geografische Segmentierung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Verhaltensorientierte Segmentierung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Psychografische Segmentierung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fazit & Schlussbemerkungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Tools und Techniken für effektive Marktforschung.....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Entwicklung einer Marketingstrategie für Versandapotheken**Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Verstehen der Zielgruppe - Bedürfnisse und Erwartungen .....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Diversifizierte Kundensegmente..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Markenbildung und Positionierung im Online-Pharma-Markt..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Verständnis des Online-Pharmamarktes..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Aufbau einer starken Marke..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Effektive Positionierungsstrategien..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fazit & Schlussbemerkungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Auswahl der richtigen Marketingkanäle für Versandapotheken**Fehler! Textmarke nicht definiert.

Verständnis der Zielgruppe..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Digitale Marketingkanäle..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Offline-Marketingkanäle..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Messung und Optimierung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fazit & Schlussbemerkungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Budgetierung und Ressourcenplanung.....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Grundlagen der Budgetierung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Ressourcenplanung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Flexibilität und Anpassungsfähigkeit..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fazit & Schlussbemerkungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Digitales Marketing und Werbung für Versandapotheken**..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Versandapotheken**..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Verständnis der Grundlagen von SEO..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Technische SEO..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Content-Marketing und Backlink-Aufbau..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Fazit & Schlussbemerkungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Schlüsselwörter: Das Fundament erfolgreicher SEO**..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Bedeutung von Keywords..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Keyword-Recherche: Der erste Schritt zur erfolgreichen SEO..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Integration von Keywords in die Website..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Kontinuierliche Optimierung und Anpassung..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Fazit & Schlussbemerkungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**On-Page und Off-Page SEO-Strategien**..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

On-Page SEO: Optimierung der Website..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Off-Page SEO: Außerhalb der Website..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Monitoring und Analyse..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Fazit & Schlussbemerkungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Social Media Marketing: Aufbau einer Community**..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Auswahl der passenden Plattformen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Verständnis der Zielgruppe..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Bewertung der Plattformarten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Technische und regulatorische Anforderungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Integration und Skalierbarkeit..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Kosten-Nutzen-Analyse..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Fazit & Schlussbemerkungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Erstellung von ansprechendem Content**..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**



Zielgruppenverständnis.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Themenvielfalt und Relevanz .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Qualität und Authentizität .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Visuelle Elemente .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Suchmaschinenoptimierung (SEO).....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Interaktion und Engagement.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Regelmäßigkeit und Konsistenz.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

**E-Mail-Marketing: Direkte Kommunikation mit Kunden.....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Aufbau einer E-Mail-Liste.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Segmentierung der Zielgruppe .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Gestaltung ansprechender E-Mails .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Personalisierung und Relevanz.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Regelmäßigkeit und Timing.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Messung und Optimierung .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Einhaltung rechtlicher Vorschriften .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

**Gestaltung effektiver E-Mail-Kampagnen .....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Klare Zielsetzung definieren.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Zielgruppensegmentierung .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Ansprechendes Design.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Wertvoller Inhalt.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Überzeugender Call-to-Action (CTA).....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Personalisierung und Anpassung .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Messung und Analyse.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Rechtliche Konformität.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

**Automatisierung und Personalisierung.....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Automatisierung in Versandapotheken.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Personalisierung im E-Commerce.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Integration von Automatisierung und Personalisierung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Herausforderungen und Best Practices .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Einhaltung von Datenschutzstandards .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

## **Rechtliche Rahmenbedingungen und Compliance ..****Fehler! Textmarke nicht definiert.**

### **Wichtige gesetzliche Bestimmungen für Versandapotheken ...** **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Zulassung und Registrierung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Datenschutz.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Arzneimittelgesetzgebung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
E-Commerce-Gesetze.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Werbung und Marketing.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

### **Datenschutz und Datensicherheit im E-Commerce .....** **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Grundlagen des Datenschutzes.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Datensicherheitsmaßnahmen .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Einhaltung von Industriestandards.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Schulung von Mitarbeitern.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Reaktion auf Datenschutzverletzungen .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Datenschutz durch Design und Voreinstellung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

### **Compliance-Strategien und Best Practices .....** **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Compliance-Management-System (CMS) etablieren .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Datenschutz und Datensicherheit priorisieren .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Transparente Kommunikation mit Kunden.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Einhaltung der Arzneimittelgesetzgebung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Werbe- und Marketingaktivitäten regulieren.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

Fortlaufende Überwachung und Anpassung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fazit & Schlussbemerkungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

## **Kundenbindung und Servicequalität .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.

### **Entwicklung eines effektiven Kundenbindungsprogramms .....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Verstehen Sie Ihre Zielgruppe..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Bieten Sie personalisierte Belohnungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Nutzen Sie ein Punktesystem..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fördern Sie die Kundeninteraktion .....

Bieten Sie exklusive Vorteile .....

Kommunizieren Sie regelmäßig..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Messen und optimieren Sie das Programm..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fazit & Schlussbemerkungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

### **Die Rolle des Kundenservice in der Kundenbindung .....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Vertrauensvolle Beratung .....

Schnelle und effiziente Problemlösung..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Personalisierte Kommunikation..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Verfügbarkeit und Zugänglichkeit..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Proaktive Kommunikation..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Schulung und Entwicklung des Kundenserviceteams..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Feedbackmechanismen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Fazit & Schlussbemerkungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

### **Nutzung von Technologie zur Verbesserung der Servicequalität**Fehler! Textmarke nicht definiert.

E-Commerce-Plattformen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Mobile Apps..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Künstliche Intelligenz (KI) und Chatbots..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Personalisierte Empfehlungen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Automatisierte Lagerhaltung und Logistik..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

Digitale Gesundheitsdienste.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Datensicherheit und Datenschutz.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Feedback- und Bewertungssysteme.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

## **Analyse und Optimierung der Marketingstrategie..**Fehler! Textmarke nicht definiert.

### **Monitoring und Analyse von Marketingkampagnen .....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Festlegung von Key Performance Indicators (KPIs).....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Einsatz von Analysetools.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Segmentierung und Zielgruppenanalyse .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
A/B-Testing.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Kundenfeedback.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Kontinuierliche Anpassung und Optimierung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

### **Einsatz von A/B-Tests zur Optimierung der Marketingeffizienz**Fehler! Textmarke nicht definiert.

Zielsetzung definieren.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Hypothesen aufstellen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Variablen auswählen und gestalten.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Testgruppe segmentieren.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Test durchführen .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Daten analysieren .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Erkenntnisse umsetzen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Kontinuierliche Optimierung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Fazit & Schlussbemerkungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

### **Kontinuierliche Verbesserung durch Feedbackschleifen .....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Feedbackkanäle etablieren.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Aktive Aufforderung zum Feedback.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Analyse und Auswertung des Feedbacks.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Implementierung von Verbesserungen.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>



Kommunikation über umgesetzte Veränderungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Schaffung einer Feedbackkultur ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Regelmäßige Überprüfung der Feedbackprozesse..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Fazit & Schlussbemerkungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

## **Fallstudien und Erfolgsbeispiele.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Fallstudie 1: Digitale Transformation bei "PharmaPlus Online"**Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Fallstudie 2: Kundenbindung durch Personalisierung bei "VitaCare Express"**Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Innovative Marketingstrategien führender Versandapotheken** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Personalisierung und Kundenerlebnis..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Content-Marketing und Aufklärung..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Omnichannel-Marketing..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Fazit & Schlussbemerkungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Analyse von Misserfolgen: Lektionen und Einsichten .....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

Die Bedeutung der Fehlerkultur ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Fallstudien: Misserfolge als Sprungbrett..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Strategien zur Überwindung von Misserfolgen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Fazit..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

**Zukunftsorientierte Trends im Marketing für Versandapotheken**Fehler! Textmarke nicht definiert.

Personalisierte Kundenansprache durch KI und Datenanalyse..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Omnichannel-Strategien für ein nahtloses Kundenerlebnis..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
3. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung im Marketing..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Einsatz von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**  
Fazit & Schlussbemerkungen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

## **Schlussbemerkung & Zusammenfassung.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Zukunftstrends im Marketing für Versandapotheken .....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Herausforderungen und Chancen.....** Fehler! Textmarke nicht definiert.

**Ein Wort zum Schluss..... Fehler! Textmarke nicht definiert.**

# VORWORT

In der digitalen Ära, in der wir leben, hat sich das Online-Shopping nicht nur als eine bequeme Alternative zum traditionellen Einkauf etabliert, sondern auch als eine Notwendigkeit. Dies gilt insbesondere für den Gesundheitssektor, wo Versandapotheken eine immer wichtigere Rolle spielen. Sie bieten nicht nur den Komfort, Medikamente und Gesundheitsprodukte direkt an die Haustür zu liefern, sondern auch die Diskretion und den Zugang zu einer breiteren Produktpalette sowie wertvollen Informationen über Gesundheit und Wohlbefinden. In diesem Vorwort werden wir die Schlüsselemente des digitalen Marketings für Versandapotheken beleuchten, die für den Erfolg in diesem wettbewerbsintensiven Markt entscheidend sind.

## Digitale Präsenz und Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Eine starke digitale Präsenz beginnt mit einer benutzerfreundlichen Website, die für Suchmaschinen optimiert ist. Für Versandapotheken ist es unerlässlich, bei Suchanfragen zu Gesundheitsprodukten und Medikamenten ganz oben zu stehen. Dies erreicht man durch gezielte SEO-Strategien, einschließlich der Optimierung von Keywords, die sich auf die am häufigsten gesuchten Produkte und Gesundheitsthemen beziehen, sowie durch die Schaffung von qualitativ hochwertigem Content, der sowohl informativ als auch für den Leser wertvoll ist.

## Content Marketing

Content ist König im digitalen Marketing, und das gilt auch für Versandapotheken. Durch das Bereitstellen von verlässlichen Informationen über Medikamente, Gesundheitsberatung und Wellness-Tipps können Versandapotheken Vertrauen und Glaubwürdigkeit bei ihren Kunden aufbauen. Blogs, Ratgeberartikel, Videos und Infografiken sind hervorragende Mittel, um Zielgruppen anzusprechen und gleichzeitig die Sichtbarkeit in Suchmaschinen zu verbessern.

## Social Media Marketing

Social Media Plattformen bieten eine einzigartige Gelegenheit, direkt mit den Kunden zu interagieren und eine Gemeinschaft um Ihre Marke herum aufzubauen. Versandapotheken können diese Plattformen nutzen, um Gesundheitstipps zu teilen, neue Produkte vorzustellen und Kundenservice in Echtzeit zu bieten. Die Authentizität und Transparenz in Social Media können das Kundenvertrauen erheblich stärken.

## E-Mail-Marketing

Trotz der Flut neuer Marketingkanäle bleibt E-Mail-Marketing eine der effektivsten Methoden, um Kunden zu erreichen und zu binden. Für Versandapotheken ist es ein hervorragendes Mittel, um personalisierte Angebote, Gesundheitsinformationen und Erinnerungen zur Medikamentennachbestellung direkt in die Inbox der Kunden zu senden. Die Personalisierung dieser Kommunikation ist der Schlüssel zur Steigerung der Kundenbindung und -zufriedenheit.

## Bewertungen und Kundenfeedback

In einer Welt, in der Online-Bewertungen einen erheblichen Einfluss auf Kaufentscheidungen haben, ist es für Versandapotheken entscheidend, positive Kundenbewertungen zu sammeln und zu präsentieren. Dies

erfordert nicht nur exzellenten Kundenservice, sondern auch ein proaktives Management von Kundenfeedback über verschiedene Plattformen hinweg.

## Der Weg nach vorn

In einer sich ständig wandelnden digitalen Landschaft müssen Versandapotheken agil bleiben und die neuesten Trends im digitalen Marketing adaptieren. Die Kombination aus einer starken SEO, wertvollem Content, effektivem Social Media Einsatz, personalisiertem E-Mail Marketing und einem soliden Ruf wird Versandapotheken dabei unterstützen, sowohl bestehende als auch neue Kunden zu erreichen und zu bedienen.

---

*„Gesundheit vermarkten, Leben bereichern: Ihr Wegweiser zum HealthCare Marketing von morgen.“*

---



Mit der Online- und Digitalagentur medivendis® erhalten Sie die notwendige Unterstützung, um in einer sich ständig verändernden Welt erfolgreich zu sein.

Dabei spielen im Bereich der Digitalisierung Ihres Unternehmens fundierte strategische, technologische und marketingtechnische Entscheidungen und zukunftsgerichtete Themen eine entscheidende Rolle.

| HOSTING | STRATEGIE | TECHNOLOGIE | MARKETING | HEALTHCARE | RECHT ||

---

Website [www.medivendis.de](http://www.medivendis.de)  
E-Mail [info@medivendis.de](mailto:info@medivendis.de)  
Telefon +49 (0)89 510 72 4 72

medivendis oHG – Martin-Luther-Straße 73 in D-85551 Kirchheim bei München

---

**juravendis** juravendis Rechtsanwaltskanzlei ist eine hochspezialisierte Kanzlei für das deutsche Gesundheitsrecht und das RECHTSANWALTSKANZLEI gesundheitsnahe Medien- und Wirtschaftsrecht.

Dabei spielen im Bereich der rechtlichen Beratung Ihres Unternehmens fundierte, durchführbare strategische und marketingrechtliche Entscheidungen eine entscheidende Rolle.

| HEALTHCARE | PHARMA | LEBENSMITTEL | KOSMETIK | FUTTERMITTEL | MEDIEN |

---

Website [www.juravendis.de](http://www.juravendis.de)  
E-Mail [info@juravendis.de](mailto:info@juravendis.de)  
Telefon +49 (0)89 24 29 075 – 0

juravendis Rechtsanwaltskanzlei – Franz-Joseph-Straße 48 in D-80801 München

---