

Golden
Solutions

EYE -OPENING CASES & THESES; TIPS & HINTS

PACJENT X

KONFERENCJA BRANŻY PHARMA

14-15 WRZEŚNIA 2022

REGENT WARSAW HOTEL,
ul. BELWEDERSKA 23 WARSZAWA

(FORMUŁA HYBRYDOWA)



PATRON



PASMI

PARTNER



connectmedica™

PARTNER



PARTNER



medonet

09.30 Otwarcie konferencji

Prof. dr hab. n. med. Artur Mamcarz & Profesor n. med. i n. o zdrowiu, dr. hab. n. ekon. Marcin Czech & Zbigniew Kowalski

09.45-10.20

Sesja: EDUKACJA PACJENTÓW - wpływ, czy wrażenie? Zmiana zachowań, czy zmiana nastawienia? Uczenie, czy promowanie? Dlaczego lekarze potrzebują wyedukowanych pacjentów?
KIEROWNIK SEKCJI: Prof. dr hab. n. med. Artur Mamcarz

Z czego korzystają, a z czego nie korzystają nasi pacjenci? Spojrzenie lekarza praktyka na działania edukacyjne i kampanie prozdrowotne prowadzone przez branżę pharma
Co zrobiono dobrze, a co warto poprawić?

10.20-10.50

Potencjał edukacyjny jako szansa na mądrą „pacjentocentryczność” dla branży pharma. Obszary, w których pacjenci wymagają największego wsparcia na bazie wyników Narodowego Testu Zdrowia Polaków 2022

dr Anna Zimny – Zajac, *Redaktorka Naczelna Medonet, Ringier Axel Springer Polska*

- Zmiana Indeksu Zdrowia Polaków na przestrzeni ostatnich trzech lat - wpływ pandemii na zdrowie i styl życia
- Chorobowość Polaków, a ich podejście do diety, suplementów, używek, aktywności fizycznej i badań profilaktycznych
- Wpływ odpowiedniej edukacji na codzienne wybory zdrowotne dokonywane przez Polaków

10.50-11.00

przerwa

11.00-11.30

Zachowanie efektywności w komunikacji marketingowej B2C produktów z obszaru pharma wobec ograniczeń prawnych

Daniel Szczepański, *Radca prawny Ringier Axel Springer Polska*

- jak, kiedy i w jakich kanałach branża farmaceutyczna może komunikować się z pacjentami
- porównanie możliwości kanałów komunikacji: online vs klasyczna telewizja
- przegląd możliwości w kontekście segmentów RX, OTC, wyrobów medycznych, suplementów diety

11.30-11.35

Sesja: EDUKACJA LEKARZY, którzy edukują i leczą pacjentów, czyli o mądrym partnerstwie rynkowym. Jak branża pharma może i powinna wspierać „pacjentocentryczność” w swoich działaniach skierowanych do lekarzy?

KIEROWNIK SESJI: Zbigniew Kowalski, wykładowca, konsultant, trener komunikacji interpersonalnej

11.35-12.05

Edukacja pacjentów w segmencie RX i jej wpływ na biznes

12.05-12.35

Rolą promocji jest szybkie i skuteczne dotarcie z informacją do lekarzy, aby umożliwić pacjentom dostęp do skutecznych terapii – w jaki sposób hybrydowi reprezentanci zdobyli 10 krotnie większą w tym skuteczność

Igor Gnot, *CEO Connectmedica*

12.35-13.35 lunch

13.35-14.05 **Nic już nie wygląda tak samo - jak zaczęliśmy edukować lekarzy w nowych kanałach dotarcia?**
Maciej Krasnodębski, *Multichannel Marketing Manager w Boehringer Ingelheim*

14.05-14.35 **Nie przekonasz zespołu do pacjentocentryczności, jeśli rozliczasz ich z czegoś innego. Kultura mądrych KPI. Dylematy managera i wskazówki do działania**
Jacek Karaś, *MD, CEE Nucleus Lead – CVD, Bayer Pharmaceuticals Division*

14.35-14.45 przerwa

14.45-14.50 **Sesja: PACJENTOCENTRYCZNY SYSTEM. Ramy, w których działamy. O mądrej współpracy branży pharma z Płatnikiem i Regulatorem**
KIEROWNIK SESJI: Profesor n. med. i n. o zdrowiu, dr. hab. n. ekon. Marcin Czech

14.50-15.20 **Gdzie system nie może, tam online pośle - praktyczny przegląd ciekawych działań online skierowanych do pacjentów**
Diana Żochowska, *Head of Medonet, Ringier Axel Springer Polska*

- przegląd najciekawszych formatów reklamowych display, video oraz content marketingowych
- case studies do prezentowanych formatów
- jak ustawiać KPI i jak mierzyć efektywność takich działań

15.20-15.50 **„Pacjentocentryczność” okiem pacjentów - bolączki systemu ochrony zdrowia z punktu widzenia organizacji pacjenckiej**
Magdalena Kołodziej, *Prezes Zarządu Fundacji MY Pacjenci*

- jakiego systemu ochrony zdrowia oczekują i potrzebują pacjenci
- co nam mówią wyniki badań
- jak możemy poprawić sytuację pacjentów

15.50-16.00 przerwa

16.00-16.30 **Pacjentocentryczny system okiem pacjenta - nowe oczekiwania w zakresie dostępności lekowej**
Ewa Jankowska, *Prezes Zarządu PASMI*

16.30-17.00 **Co pacjenci (i branża pharma) powinni wiedzieć o systemie ochrony zdrowia w zakresie leków? Zdradza były wiceminister**
Profesor n. med. i n. o zdrowiu, dr. hab. n. ekon. Marcin Czech

17.00 Zakończenie pierwszego dnia Konferencji

- 09.30-09.35** **Sesja: PACJENTOCENTRYCZNE KAMPANIE. Jak budować, monitorować i rozwijać akcje edukacyjne i promocyjne skierowane do pacjentów**
KIEROWNIK SEKCJI: Diana Żochowska, Head of Medonet, Ringier Axel Springer Polska
- 09.35-10.05** **Kampanie edukacyjne i świadomościowe skierowane do pacjentów - jak mierzyć ich efektywność?**
Ewelina Nazarko-Ludwiczak, Healthcare Communication Expert, ENMEDICA Consulting
- 10.05-10.35** **Jak stracić 50 mld USD na działania, które trafiają do botów?**
Przegląd praktycznych wskaźników dla marketerów
Dobromir Ciał, Prezes Edge NPD, ekspert monitorowania ruchu online
- 10.35-10.45** przerwa
- 10.45-11.15** **Zrozumieć „ścieżkę pacjenta” i dopasować do niej aktywności promocyjne - jak to się robi?**
Malina Wiczorek, Prezes Fundacji SM-Walcz o siebie
- 11.15-12.15** **Sprzedawca, edukator czy kluczowy profesjonalista medyczny czyli jak firma farmaceutyczna może mądrze wspierać pacjentów na każdym etapie „ścieżki”, poprzez kampanie edukacyjne skierowane do farmaceutów**
Ewa Żelechowska, Strategy&Sales Director QAH
- Rosnąca rola farmaceuty w triadzie: lekarz, pacjent, farmaceuta
 - Dlaczego warto przestać traktować farmaceutę jako sprzedawcę?
 - Jak z sukcesem budować świadomość farmaceutów, by pomagali pacjentom wybierać to, co dla pacjenta najlepsze?
- 12.15-13.15** lunch
- 13.15-13.50** **Sesja: PACJENTOCENTRYCZNY MARKETING. O nowych realiach, nowych pomysłach i nowych możliwościach działań promocyjnych dla branży pharma**
KIEROWNIK SESJI: Marcin Renduda -niezależny ekspert

Pozycjonowanie i targetowanie w nowych realiach - data driven marketing - jak wykorzystać doświadczenia z mniej konserwatywnych branż na rynku pharma?

„Działania marketingowe na rynku pharma nie są typowe, ponieważ nie mogą takie być. Wynika to oczywiście z prawnych ograniczeń, a także ze specyfiki tego sektora. Jednak warto przyjrzeć się czasami jak inne branże wykorzystują nowoczesne narzędzia technologiczne do nawiązania i utrzymania kontaktu ze swoją grupą docelową. Zapraszam na opowieść o tym jak korzystać z doświadczeń innych i jednocześnie pozostać w zgodzie z wszelkimi ograniczeniami prawnymi”

13.50-14.20 Co producent leków może zrobić, aby poprzez mądry marketing wspierać pacjentów?
.....

14.20-14.30 przerwa

14.30-15.00 Cudowny lek, którego... pacjenci nie chcą przyjmować. Jak zorganizować nowoczesny, propacjencki marketing, by faktycznie wspierał lekarzy w działaniu, a nie tylko ich przekonywał.
Zbigniew Kowalski, wykładowca, konsultant, doradca i trener komunikacji interpersonalnej

15.00-15.30 Pacjent w Social mediach
Łukasz Durajski, lekarz, rezydent pediatrii, ekspert medycyny podróży, Dyrektor Medyczny Med24

15.30-15.45 przerwa

15.45-16.45

DEBATA NA ZAKOŃCZENIE KONFERENCJI

Prowadzący - Zbigniew Kowalski

Czym jest i czym powinna być PACJENTOCENTRYCZNOŚĆ dla branży pharma?

Uczestnicy debaty:

Prof. Artur Mamcarz, Prof. Marcin Czech, Magdalena Kołodziej (*Fundacja MY PACJENCI*),
Malina Wieczorek (*Fundacja SM-Walcz o siebie*), **Diana Żochowska** (*Medonet*),
Maciej Krasnodębski (*Boehringer Ingelheim*), **Jacek Karaś** (*Bayer*), **Marcin Renduda** (*niezależny ekspert*)

16.45 Zakończenie Konferencji



Prof. dr hab. n. med. Artur Mamcarz

Specjalista chorób wewnętrznych, kardiolog. Kierownik III Kliniki Chorób Wewnętrznych i Kardiologii Wydziału Lekarskiego Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, wieloletni Prodziekan II WL WUM, członek pierwszej Rady Uczelni WUM. Współzałożyciel i były Przewodniczący Sekcji Farmakoterapii Sercowo-Naczyniowej Polskiego Towarzystwa Kardiologicznego, Sekcji Kardiologii Sportowej PTK, Sekcji Rehabilitacji Kardiologicznej i Fizjologii Wysiłku PTK oraz Polskiego Towarzystwa Medycyny Stylu Życia (Członek Zarządu Towarzystwa). Członek Zarządu Polskiego Towarzystwa Leczenie Otyłości, Członek Rady Naukowej przy Polskiej Federacji Producentów Żywności, Konsultant ds. Kardiologii COMS, Ekspert medyczny PKOL w dziedzinie Kardiologii.

Autor licznych prac naukowych i monografii m.in. z zakresu kardiologii sportowej, farmakologii klinicznej, kardioseksuologii, medycyny stylu życia.



Marcin Czech

Profesor n. med. i n. o zdrowiu, dr. hab. n. ekon., absolwent programu MBA, Studium Ekonomiki Zdrowia UW, Akademii Psychologii Przywództwa, specjalista epidemiologii i zdrowia publicznego, wykładowca Politechniki Warszawskiej oraz Instytutu Matki i Dziecka, gdzie zajmuje stanowisko kierownika Zakładu Farmakoekonomiki oraz kierownika Zespołu ds. Kontroli Zakażeń Szpitalnych.

Gościnnie wykłada na studiach MBA SGH-WUM, Wydziale Zarządzania UW oraz jako wizytujący profesor na Uniwersytetach w Sofii i w Astanie. W latach 2017-19 był wiceministrem zdrowia nadzorującym i współzarządzającym Departamentem Polityki

Lekowej i Farmacji oraz odpowiadającym za współpracę międzynarodową Polski w zakresie zdrowia. Jest prezesem Polskiego Towarzystwa Farmakoekonomicznego, członkiem Rady Naczelnej Polskiego Towarzystwa Koordynowanej Ochrony Zdrowia, członkiem Prezydium Rady Ekspertów przy Rzeczniku Praw Pacjenta, członkiem Komitetu Zdrowia Publicznego PAN.



Ewa Jankowska - Prezes Zarządu PASMI (Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty)

Ewa Jankowska z branżą farmaceutyczną związana jest od 1995 roku. Jest ekspertem w obszarze regulacyjnym i prawnym ze szczególnym uwzględnieniem tworzenia i realizacji strategii regulacyjnej jako elementu strategii marketingowej i sprzedażowej. Doświadczenie zawodowe obejmuje zarówno leki Rx jak i OTC, suplementy diety oraz wyroby medyczne, ze szczególnym uwzględnieniem kwestii związanych z rozwojem, wytwarzaniem, wprowadzeniem tych produktów do obrotu oraz oznakowaniem i reklamą. Od czerwca 2010 r. pełni funkcję Prezesa Zarządu PASMI Związku Pracodawców „Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty” budując pozycję organizacji w branży i środowisku regulatora zarówno na poziomie krajowych jak i unijnym.



Zbigniew Kowalski - Doświadczony wykładowca, konsultant, doradca i trener komunikacji interpersonalnej.

Z branżą pharma związany od 27 lat. Jest też jednym z pierwszych w Polsce nauczycieli akademickich uczących studentów wydziału lekarskiego metod porozumiewania się z pacjentami.

Z wykształcenia jest negocjatorem oraz specjalistą ds. komunikacji i angażowania pacjentów. Jest autorem kilku istotnych badań opinii. Od 2000 roku prowadzi treningi, wykłady motywacyjne, warsztaty i debaty. Z jego wiedzy skorzystało dotychczas ponad 130 000 osób, w tym ponad 70 000 Lekarzy, 25 000 Farmaceutów i ponad 20 000 pracowników ze 113 firm farmaceutycznych w kraju i za granicą. Współpracuje jako wykładowca z wyższymi uczelniami i towarzystwami naukowymi. Pełni funkcję Przewodniczącego Sekcji Motywacji Pacjentów Polskiego Towarzystwa Komunikacji Medycznej. Od wielu lat występuje na najważniejszych zjazdach, konferencjach i kongresach medycznych. Zapraszany jako komentator i ekspert oraz cytowany przez czołowe media. Jest autorem i współautorem 12 książek, podręczników i poradników z zakresu wykorzystywania kompetencji społecznych w medycynie. Posiada akredytację konsultanta i trenera takich instytucji czy modeli jak: Insights Discovery (typologia stylów funkcjonowania), Oldham & Morris (psychologia osobowości), Body Language Institute Washington (rozpoznawanie kłamstwa w kontakcie interpersonalnym). Mówca TEDx.



Maciej Krasnodębski - *Multimedia Channel Manager, Boehringer Ingelheim*

Od 2006 roku związany z branżą farmaceutyczną. Absolwent wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz Interdyscyplinarnych Studiów Managerów Farmacji Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej. Doświadczenie zdobywał w różnych firmach i agencjach takich jak: Activeweb, Via Medica, Medorado. Od 2016 odpowiada za rozwój strategii komunikacji multichannel w Boehringer Ingelheim. Zainteresowania: komunikacja w ochronie zdrowia, edukacja pacjentów i lekarzy, wykorzystanie różnych kanałów komunikacji w procesie dialogu między pacjentem lekarzem i firmą farmaceutyczną, nowoczesny marketing



Jacek Karaś - *MD, CEE Nucleus Lead – CVD, Bayer Pharmaceuticals Division*

lekarz którego kariera potoczyła się w kierunku poza-klinicznym. Rozwój profesjonalny pokierował go w kierunku pracy jako badacza w badaniach klinicznych w firmie CRO, po czym do pracy w działach medycznych w firmach farmaceutycznych (Pfizer, Bayer) a w końcu do działów strategicznych i marketingu w obszarze chorób sercowo-naczyniowych (Bayer). W tej chwili jest odpowiedzialny za międzynarodowy i cross-funkcyjny zespół w obszarze chorób sercowo-naczyniowych w CEE (Polska, Czechy, Słowacja, Węgry). Absolwent II Wydziału Lekarskiego WUM (English Division), podyplomowych studiów na Akademii Leona Koźminkiego jak również podyplomowych studiów na SGH. W tej chwili kończy studia Executive MBA SGH-WUM.



dr Anny Zimny-Zajac - *Redaktorka Naczelna Medonet, Ringier Axel Springer Polska*

Współtwórczyni, przewodnicząca Rady Naukowej oraz autorka raportu Narodowego Testu Zdrowia Polaków. Wielokrotna laureatka konkursów Dziennikarz Medyczny Roku oraz Kryształowe Pióra. W 2022 roku otrzymała honorowy tytuł Edukatora Zdrowia przyznawany przez Stowarzyszenie Dziennikarzy dla Zdrowia. Prowadzi autorskie programy „Sprawdzam!” oraz „#GośćMedonetu”.

Ukończyła biotechnologię (specjalność biotechnologia medyczna) na Wydziale Biochemii, Biofizyki i Biotechnologii Uniwersytetu Jagiellońskiego. Doktorat obroniła na Wydziale Biotechnologii i Ogrodnictwa Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie. Odbyła zagraniczne staże naukowe w Belgii na Ghent University oraz w Hiszpanii na Universitat Politècnica de València. Należy do Stowarzyszenia Dziennikarzy dla Zdrowia oraz Dziennikarskiego Klubu Promocji Zdrowia.



Diana Żochowska - *Head of Medonet, Ringier Axel Springer Polska*

Od 12 lat rozwija produkty i usługi z zakresu digital health skierowane do pacjentów. Zbudowała serwisy abcZdrowie.pl i parenting.pl. Od 3 lat odpowiada za Medonet.pl, gdzie skupia się na rozwoju i dywersyfikacji produktu i biznesu poprzez budowę spójnego ekosystemu łączącego treści z usługami telemedycznymi i ecommerce. Medonet to obecnie jeden z największych serwisów w Polsce, który w każdym miesiącu odwiedza ponad 10 mln realnych użytkowników.



Magdalena Kołodziej - *Prezes Zarządu Fundacji MY Pacjenci*

ekspert aktywnie wspierający organizacje pacjenckie, z wieloletnim doświadczeniem w zakresie edukacji i aktywizacji pacjentów a także komunikacji z pacjentem, specjalista ds. marketingu i zarządzania projektami, orędowniczka włączania pacjentów w procesy decyzyjne w ochronie zdrowia i działań na rzecz wprowadzenie pacjentocentrycznego systemu ochrony zdrowia w Polsce. Menadżer z doświadczeniem w organizacji i kompleksowym zarządzaniu projektami edukacyjnymi oraz moderator dialogu społecznego w ochronie zdrowia. Zarządzała takimi projektami jak Razem dla Zdrowia, Pacjenci Decydują, Cukrzykowe Centra Edukacji Lilly czy Wolność Oddechu – Zapobiegaj Astmie. Członek Rady Organizacji Pacjentów przy Rzeczniku Praw Pacjenta oraz Wiceprzewodniczący Rady Organizacji Pacjentów przy Ministrze Zdrowia.

Od 2014 związana z Fundacją MY Pacjenci (www.mypacjenci.org), działającą na rzecz zwiększenia partycypacji pacjentów w procesie podejmowania decyzji w ochronie zdrowia. Fundacja jest thinktankiem obywatelskim w ochronie zdrowia, zajmującym się tematyką partycypacji, pacjentocentryzmu, budowy kompetencji zdrowotnych, zdrowia publicznego, ekonomiki zdrowia oraz rozwoju postaw o charakterze „patients empowerment”.

Najważniejsze bieżące aktywności Fundacji MY Pacjenci to:

www.razemdlazdrowia.pl

www.sercunaratunek.pl

www.glodnizmian.pl



Malina Wieczorek - fundatorka i prezeska Fundacji SM-WALCZ O SIEBIE (www.sm-walczosiebie.pl), założycielka Szkoły Motywacji (www.szkola-motywacji.pl) właścicielka agencji marketingu społecznego TELESCOPE (www.telescope.org.pl),

Ma na swoim koncie kilkadziesiąt znaczących kampanii społecznych, szereg znaczących nagród, min. Dobroczyńca Roku, EFFIE, Kampanie Społeczne Roku, Złoty Magellan, Stevie Awards, Złote Spinacze, Lider Medycyny Roku i wiele innych. Laureatka listy 100 wpływowych ludzi reklamy wg Media Marketing. Laureatka Złotej 10. Kobiet Sukcesu Mazowska, Lider Medycyny Roku. Ekspertka w projekcie Znane Ekspertki. Jurorka konkursów reklamowych. Członkini Zespołu ds. Kampanii Społecznych w TVP. Mentorka w Klubie Mentorek Sieci Przedsiębiorczych Kobiet.

Laureatka Lauru Eksperta, Listy Mocy – 100, finalistka Sukcesu Pianego Szminką, konkursu Dyrektora Marketingu Roku, Listy 100 Wpływowych Osób w Ochronie Zdrowia oraz wielu innych.

Członkini Rady Organizacji Pacjentów przy Rzeczniku Praw Pacjenta, Forum Organizacji Pacjenckich przy NFZ, Rady Programowej projektu PACJENCI.PRO Akademia Rozwoju Organizacji Pacjentów, Członkini jury „Lekarz z Empatią” Jest absolwentką krakowskiej ASP (www.malinawieczorek.com). Jej obrazy są w kolekcjach prywatnych i korporacyjnych na całym świecie.



Ewelina Nazarko-Ludwiczak - Healthcare Communication Expert, ENMEDICA CONSULTING

- ponad 17 lat doświadczenia w komunikacji healthcare
- jest jednym z najbardziej cenionych ekspertów tego obszaru w Polsce
- unikalne doświadczenie pozwala na cenną perspektywę
- doskonałe relacje z ekspertami i KOL
- entuzjastka i promotorka koncepcji patient empowerment
- Przez 7 lat pracowała w Instytucie Pomnik – Centrum Zdrowia Dziecka w Warszawie, gdzie **kierowała pierwszym w Polsce działem PR w szpitalu publicznym**, odpowiadając za całość działań komunikacyjnych
- **pracowała w Kancelarii Premiera** będąc członkiem zespołu ministra Jana Kułakowskiego, negocjatora o członkostwo Polski w UE
- **kilkuletnie doświadczenie na stanowisku dyrektora** działu healthcare w międzynarodowej agencji PR
- wykładowca programu MBA w ochronie zdrowia Uczelni Łazarskiego oraz licznych konferencji i szkoleń
- **absolwentka Międzywydziałowych Indywidualnych Studiów Humanistycznych Uniwersytetu Warszawskiego** (dwa dyplomy: stosowane nauki społeczne i dziennikarstwo ze specjalizacją PR) oraz studiów podyplomowych – Zarządzanie marketingiem na rynkach business to business
- **jest laureatką nagrody branżowej PROTONY**, członkiem Akademii Public Relations, a prowadzone przez nią kampanię zdobywały nagrody polskie i zagraniczne



Ewa Żelechowska - Strategy & Sales Director QAH

Od 16 lat zajmuje się marketingiem farmaceutycznym, a od 2008 roku wdraża strategie i kampanie omnichannelowe, ze szczególnym uwzględnieniem grup produktów Rx/OTC pozbawionych wsparcia zespołów przedstawicielskich. Ostatnie lata to dynamiczny rozwój specjalizacji w zakresie digital marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki zachowań HCP.

Zawodowo związana z QAH – wiodącą na rynku agencją pharmamarketingową, w której zarządza dywizją omnichannel oraz działem strategii i sprzedaży. W swojej pracy łączy kreatywne podejście rodem z agencji reklamowej, z ekspercką wiedzą o realiach rynku farmaceutycznego i mocną orientacją na cel sprzedażowy. Swoim unikatowym doświadczeniem w zakresie marketingu farmaceutycznego dzieli się na konferencjach branżowych jako prelegent oraz na portalu LinkedIn.



Igor Gnot - CEO w *Connectmedica*

Z wykształcenia lekarz. Projektuje i doradza w zakresie budowy nowatorskich rozwiązań w obszarze komunikacji i medycyny. Zawodowo odpowiedzialny za dział innowacji oraz doradztwa strategicznego. Innowacyjność jest integralną wartością codziennej pracy w Connectmedica.

Wybrane dokonania technologiczne:

Autor szeregu rejestrów, aplikacji medycznych, systemów zarządzania komunikacją multi channel z pacjentami i lekarzami (w tym Highp i DBE) oraz twórca sieci specjalistycznych portali medycznych. Zrealizował ponad 250 projektów edukacyjnych i komunikacyjnych, w tym także międzynarodowych. W ostatnich latach odpowiedzialny za wsparcie strategiczne firm farmaceutycznych.

Wyróżnienia i nagrody:

- Zwycięzca w kategorii Nowy Biznes, Ernst & Young, Entrepreneur of the Year Grudzień 2008
Nagroda w kategorii Nowy Biznes została przyznana „za umiejętne połączenie wiedzy medycznej, informatycznej i marketingowej i stworzenie nowoczesnych narzędzi komunikacji, dzięki którym lekarze i pacjenci mogą liczyć na trafniejsze diagnozy i skuteczniejsze leczenie”.
- Lider Przedsiębiorczości 2013 dla Connectmedica, Fundacja Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Grudzień 2013



Dobromir Ciaś

założyciel Edge NPD, polskiej technologicznej spółki realizującej m.in. projekt do walki z ad fraud i dezinformacji w Internecie (ABTShield), który zdobył prestiżowe wyróżnienie Uniwersytetu w Południowej Californi (USC) jako laureat “Public Diplomacy Innovation Prize 2021”, wyróżniony jako INNOVATION 2020 przez Stowarzyszenie Agencji Reklamowych, wymieniany jako success case w raporcie Funduszu Google 2020. Dostawca usługi poświęconej dezinformacji w ramach NATO. Zdobycza New Europe 100 przyznanego przez Financial Times, Google, Republica oraz Visegrad Fund dla top innowatorów w Europie Środkowo-Wschodniej, laureat nagrody Najbardziej Kreatywnych w Biznesie magazynu Brief. Dwukrotny laureat nagrody publiczności kongresu PTBRiO.



Daniel Szczepański - *Ringier Axel Springer Polska*

Radca prawny, specjalizuje się w tematyce prawa reklamy, w tym reklamy produktów i usług leczniczych, oraz prawa nowoczesnych technologii.



Marcin Renduda - *niezależny ekspert*

miłośnik wykorzystania technologii do wspierania procesów sprzedażowych i marketingowych. Pasjonat stałego zwiększania efektywności. Z branżą farmaceutyczną związany od 17 lat. W tym czasie prowadził projekty rozwojowe i doradcze dla ponad 80 firm.



Łukasz Durajski - *lekarz, rezydent pediatrii, ekspert medycyny podróży, Dyrektor Medyczny Med24*

Warszawski Uniwersytet Medyczny, Katedra Medycyny Rodzinnej, członek American Academy of Pediatrics (AAP) WHO Europe, Krajowy Komitet Weryfikacyjny ds. Eliminacji Odry i Różyczki, Klub Młodych Wakcynologów Polskiego Towarzystwa Wakcynologii



Prof. dr hab. n. med. Artur Mamcarz

Specjalista chorób wewnętrznych, kardiolog. Kierownik III Kliniki Chorób Wewnętrznych i Kardiologii Wydziału Lekarskiego Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, wieloletni Prodziekan II WL WUM, członek pierwszej Rady Uczelni WUM. Współzałożyciel i były Przewodniczący Sekcji Farmakoterapii Sercowo-Naczyniowej Polskiego Towarzystwa Kardiologicznego, Sekcji Kardiologii Sportowej PTK, Sekcji Rehabilitacji Kardiologicznej i Fizjologii Wysiłku PTK oraz Polskiego Towarzystwa Medycyny Stylu Życia (Członek Zarządu Towarzystwa). Członek Zarządu Polskiego Towarzystwa Leczenie Otyłości, Członek Rady Naukowej przy Polskiej Federacji Producentów Żywności, Konsultant ds. Kardiologii COMS, Ekspert medyczny PKOL w dziedzinie Kardiologii.

Autor licznych prac naukowych i monografii m.in. z zakresu kardiologii sportowej, farmakologii klinicznej, kardioseksuologii, medycyny stylu życia.



Marcin Czech

Profesor n. med. i n. o zdrowiu, dr. hab. n. ekon., absolwent programu MBA, Studium Ekonomiki Zdrowia UW, Akademii Psychologii Przywództwa, specjalista epidemiologii i zdrowia publicznego, wykładowca Politechniki Warszawskiej oraz Instytutu Matki i Dziecka, gdzie zajmuje stanowisko kierownika Zakładu Farmakoekonomiki oraz kierownika Zespołu ds. Kontroli Zakażeń Szpitalnych.

Gościnnie wykłada na studiach MBA SGH-WUM, Wydziale Zarządzania UW oraz jako wizytujący profesor na Uniwersytetach w Sofii i w Astanie.

W latach 2017-19 był wiceministrem zdrowia nadzorującym i współzarządzającym Departamentem Polityki Lekowej i Farmacji oraz odpowiadającym za współpracę międzynarodową Polski w zakresie zdrowia.

Jest prezesem Polskiego Towarzystwa Farmakoekonomicznego, członkiem Rady Naczelnej Polskiego Towarzystwa Koordynowanej Ochrony Zdrowia, członkiem Prezydium Rady Ekspertów przy Rzeczniku Praw Pacjenta, członkiem Komitetu Zdrowia Publicznego PAN.



Zbigniew Kowalski - Doświadczony wykładowca, konsultant, doradca i trener komunikacji interpersonalnej.

Z branżą pharma związany od 27 lat. Jest też jednym z pierwszych w Polsce nauczycieli akademickich nauczających studentów wydziału lekarskiego metod porozumiewania się z pacjentami.

Z wykształcenia jest negocjatorem oraz specjalistą ds. komunikacji i angażowania pacjentów. Jest autorem kilku istotnych badań opinii. Od 2000 roku prowadzi treningi, wykłady motywacyjne, warsztaty i debaty. Z jego wiedzy skorzystało dotychczas ponad 130 000 osób, w tym ponad 70 000 Lekarzy, 25 000 Farmaceutów i ponad 20 000 pracowników ze 113 firm farmaceutycznych w kraju i za granicą. Współpracuje jako wykładowca z wyższymi uczelniami i towarzystwami naukowymi. Pełni funkcję Przewodniczącego Sekcji Motywacji Pacjentów Polskiego Towarzystwa Komunikacji Medycznej. Od wielu lat występuje na najważniejszych zjazdach, konferencjach i kongresach medycznych. Zapraszany jako komentator i ekspert oraz cytowany przez czołowe media. Jest autorem i współautorem 12 książek, podręczników i poradników z zakresu wykorzystywania kompetencji społecznych w medycynie. Posiada akredytację konsultanta i trenera takich instytucji czy modeli jak: Insights Discovery (typologia stylów funkcjonowania), Oldham & Morris (psychologia osobowości), Body Language Institute Washington (rozpoznawanie kłamstwa w kontakcie interpersonalnym). Mówca TEDx.



Maciej Krasnodębski - Multimedia Channel Manager, Boehringer Ingelheim

Od 2006 roku związany z branżą farmaceutyczną. Absolwent wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz Interdyscyplinarnych Studiów Managerów Farmacji Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej. Doświadczenie zdobywał w różnych firmach i agencjach takich jak: Activeweb, Via Medica, Medorado. Od 2016 odpowiada za rozwój strategii komunikacji multichannel w Boehringer Ingelheim. Zainteresowania: komunikacja w ochronie zdrowia, edukacja pacjentów i lekarzy, wykorzystanie różnych kanałów komunikacji w procesie dialogu między pacjentem lekarzem i firmą farmaceutyczną, nowoczesny marketing



Paweł Tokarzewski - Associate Director – Global Marketing, Eli Lilly and Company

pracuje w innowacyjnej części branży farmaceutycznej od 10 lat poruszając się głównie w obszarze marketingu, sprzedaży, zarządzania projektami i procesami z wielu obszarów organizacji. Obecnie pracuje w strukturach globalnych i zajmuję się marketingiem jednego z kluczowych dla firmy produktów. Ukończył zarządzanie i marketing na Politechnice Białostockiej, studia podyplomowe z obszaru marketingu produktów farmaceutycznych na Uniwersytecie Warszawskim oraz studia MBA w Ochronie Zdrowia prowadzone przez Szkołę Główną Handlową i Warszawski Uniwersytet Medyczny. Jest entuzjastą biegania, sportu (również w wymiarze marketingowym), kina oraz podróży. W obszarze marketingu i zarządzania utożsamia się z cytatem: „People will forget what you said, people will forget what you did but people will never forget how you made them feel”.



Diana Żochowska - Head of Medonet, Ringier Axel Springer Polska

Od 12 lat rozwija produkty i usługi z zakresu digital health skierowane do pacjentów. Zbudowała serwisy abcZdrowie.pl i parenting.pl. Od 3 lat odpowiada za Medonet.pl, gdzie skupia się na rozwoju i dywersyfikacji produktu i biznesu poprzez budowę spójnego ekosystemu łączącego treści z usługami telemedycznymi i ecommerce. Medonet to obecnie jeden z największych serwisów w Polsce, który w każdym miesiącu odwiedza ponad 10 mln realnych użytkowników.



Jacek Karaś - MD, CEE Nucleus Lead – CVD, Bayer Pharmaceuticals Division

lekarz którego kariera potoczyła się w kierunku poza-klinicznym. Rozwój profesjonalny pokierował go w kierunku pracy jako badacza w badaniach klinicznych w firmie CRO, po czym do pracy w działach medycznych w firmach farmaceutycznych (Pfizer, Bayer) a w końcu do działów strategicznych i marketingu w obszarze chorób sercowo-naczyniowych (Bayer). W tej chwili jest odpowiedzialny za międzynarodowy i cross-funkcyjny zespół w obszarze chorób sercowo-naczyniowych w CEE (Polska, Czechy, Słowacja, Węgry). Absolwent II Wydziału Lekarskiego WUM (English Division), podyplomowych studiów na Akademii Leona Koźminkiego jak również podyplomowych studiów na SGH. W tej chwili kończy studia Executive MBA SGH-WUM.



Grzegorz Gołaszewski - Business Unit Director Adamed Pharma S.A.

Dyrektor ponad 200tu osobowego Business Unitu w Adamed Pharma, z blisko 20letnim doświadczeniem w zarządzaniu zespołami na rynku Pharma.

W firmach generycznych jak i oryginalnych, przeszedł drogę od przedstawiciela medycznego, regionalnego kierownika sprzedaży, field force managera, po szefa marketingu i sprzedaży największego zespołu w Polsce.

Wychował i awansował ponad 50ciu managerów.

Z wykształcenia psycholog, prelegent, wykładowca EMBA w tematyce przywództwa i zarządzania.



Igor Gnot - CEO w Connectmedica

Z wykształcenia lekarz. Projektuje i doradza w zakresie budowy nowatorskich rozwiązań w obszarze komunikacji i medycyny. Zawodowo odpowiedzialny za dział innowacji oraz doradztwa strategicznego. Innowacyjność jest integralną wartością codziennej pracy w Connectmedica.

Wybrane dokonania technologiczne:

Autor szeregu rejestrów, aplikacji medycznych, systemów zarządzania komunikacją multi channel z pacjentami i lekarzami (w tym Highp i DBE) oraz twórca sieci specjalistycznych portali medycznych. Zrealizował ponad 250 projektów edukacyjnych i komunikacyjnych, w tym także międzynarodowych. W ostatnich latach odpowiedzialny za wsparcie strategiczne firm farmaceutycznych.

Wyróżnienia i nagrody:

- Zwycięzca w kategorii Nowy Biznes, Ernst & Young, Entrepreneur of the Year Grudzień 2008
Nagroda w kategorii Nowy Biznes została przyznana „za umiejętne połączenie wiedzy medycznej, informatycznej i marketingowej i stworzenie nowoczesnych narzędzi komunikacji, dzięki którym lekarze i pacjenci mogą liczyć na trafniejsze diagnozy i skuteczniejsze leczenie”.
- Lider Przedsiębiorczości 2013 dla Connectmedica, Fundacja Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Grudzień 2013