

¿Por qué el Design Thinking es decisivo para el marketing de salud?



Design Thinking

Disciplina que consigue que los hombres de negocios piensen como diseñadores.

Se aproxima a la innovación a partir de la sensibilidad y **metodología de los diseñadores.**

Se centra en **entender las necesidades de las personas** para ofrecer nuevos productos y servicios.



Tendencias tecnológicas

que afectan al sector de la salud y a la industria de ciencias de la vida



Las empresas de la salud

y de ciencias de la salud deben encontrar un papel clave para crear valor, de cara al futuro.



Patient Journey

Interactuar con el paciente y crear oportunidades para aplicar la metodología de Design Thinking:



Ensayos clínicos



Diagnóstico



Tratamiento



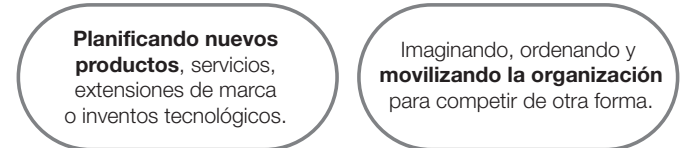
Enfoque creativo

Mejora la gestión sanitaria y la innovación del sector con el consumidor de la salud en el punto de mira.

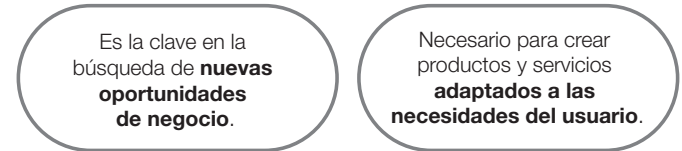


CEO y Responsables de Marketing

del sector de la salud y la industria farmacéutica deben enfrentarse a retos con innovación disruptiva:

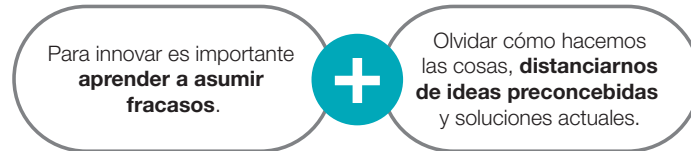


Entender a las personas



Innovar

Asumir riesgos para idear y adoptar soluciones antes no exploradas en un determinado contexto.



¿Quieres especializarte en Healthcare Digital Marketing?



Programa Superior en Healthcare Digital Marketing

+ INFO

Alberto Gómez Pérez
Senior Manager Digital Life Sciences
en Accenture y profesor de ICEMD