

MARKETING PHARMACEUTIQUE

SESSION JUIN 2011

PROGRAMME

A°/. CIBLE :

- Visiteurs Médicaux :
 - Souhaitant évoluer dans leur carrière vers la fonction marketing de chef de produit
 - Souhaitant rendre plus productive leur interface avec les fonctions marketing,
- Cadres de l'industrie pharmaceutique :
 - Souhaitant comprendre les évolutions de leur métier et/ou réussir à prendre en charge un nouveau poste, en lien avec le marketing,
 - Souhaitant améliorer leurs compétences en marketing
- Praticiens du marketing, commerciaux, chefs de projets d'autres univers :
 - Souhaitant travailler dans la santé

B°/. OBJECTIFS :

- Connaître les bases du marketing pharmaceutique.
- Savoir analyser un marché pharmaceutique.
- Savoir construire un plan marketing.
- Savoir fixer des objectifs de vente.
- Savoir créer une campagne pour la visite médicale.
- Savoir gérer un budget produit.
- Savoir évaluer ses actions promotionnelles.
- Savoir lancer un produit sur le marché pharmaceutique.

C°/. PROGRAMME :

1. INTRODUCTION : Dr A.BENAMMAR (03 Heures)

a) Mot de bienvenue :

- Plan de formation
- Objectifs
- Présentation des participants (Formateurs et Apprenants)

b) Evolution du Monde du Médicament et position de l'Algérie

2. MODULE 1 : NOTIONS DE BASES EN MARKETING Mlle S. GHOMARI (09 Heures)

a) RAPPEL GENERAL SUR LE MARKETING :

- Définition
- Concepts clés du Marketing : Besoin, Désir, Demande
- Pyramide de Maslow

b) OPTIQUE MARKETING :

c) LE MARCHE :

- Définition
- La notion de marché
- La part de marché
- La segmentation du marché

d) MARKETING OPERATIONNEL :

- Définition
- Plan marketing
- Les variables du Mix Marketing

e) MARKETING STRATEGIQUE :

- Choix d'une stratégie de développement
 1. Stratégies relatives à la lutte contre la concurrence
 2. Stratégies relatives à la cible
 3. Stratégies relatives à la segmentation
 4. Stratégies relatives à la croissance de l'entreprise
 5. Stratégies relatives aux éléments moteurs de l'action commerciale

3. MODULE 2 : MARKETING PHARMACEUTIQUE Dr A.BENAMMAR (24 Heures)

a) FONDEMENTS DU MARKETING PHARMACEUTIQUE (03 Heures)

- Synthèse des concepts du marketing
- Recherche d'informations qualitatives et quantitatives
- Le plan d'affaire
- Positionnement
- Différenciation

b) LA GESTION DU PORTEFEUILLE-PRODUIT (03 Heures)

- Cycle de vie
- Gestion de produit, prix...

c) GESTION DE LA CLIENTELE (03 Heures)

- Comportement du client
- Profil et segmentation

d) STRATEGIES et TACTIQUES (03 Heures)

- Cadre de décision
- Plan de campagne
- Benchmarking pharmaceutique

- e) **ANALYSE et ETUDE DE MARCHE** (03 Heures)
 - Analyse des ventes
 - Etude de Marché
 - f) **RESSOURCES et FORCE DE VENTE** (03 Heures)
 - Gestion de la Force de vente
 - g) **PROMOTION et COMMUNICATION** (03 Heures)
 - Le test de campagne
 - Le test de communication
 - La presse médicale
 - Les congrès
 - h) **VEILLE CONCURENTIELLE** (03 Heures)
 - La reconstruction de la stratégie du concurrent
 - La collecte des données
- 4. MODULE 3 : LA QUALITE Pr A.ALLAL** (06 Heures)
- a) **POURQUOI UNE POLITIQUE DE QUALITE ?**
 - b) **CONCEPTS FONDAMENTAUX**
 - c) **SYSTEME DE MANAGEMENT DE QUALITE**
 - d) **LE CLIENT**
 - e) **CERTIFICATION ET ASSURANCE QUALITE**
- 5. CEREMONIE DE REMISE DES ATTESTAIONS DE FORMATION EN MARKETING PHARMACEUTIQUE**

D°/. METHODE PEDAGOGIQUE :

- Méthode pédagogique interactive faisant intervenir apprenants et enseignants
- Apport de modèles et d'outils
- Travail concret de mise en application avec l'élaboration d'un plan marketing permettant aux apprenants l'intégration des acquis.

E°/. DUREE DE LA FORMATION :

- 12 Semaines à raison de 01 jour par semaine (JUN, SEPTEMBRE et OCTOBRE 2011)
- SAMEDI de 09H00 à 12H00 ensuite de 15H00 à 18H00

F°/. LIEU DE LA FORMATION :

HOTEL RESIDENCE POMARIA - TLEMCEN



G°/. TARIFS:

- 100 000,00 DA HT
Ce tarif par apprenant comprend documentations et collations.

H°/. CONDITIONS GENERALES :

- La formation ne peut être lancée que s'il y'a atteinte d'un quorum d'apprenants
- Le paiement de la totalité du tarif s'effectue avant le début de la formation
- En raison d'un nombre de place limité et pour éviter de sanctionner des candidats potentiels, chaque apprenant est en droit de changer d'avis après la première séance, il se verra alors rembourser la totalité de la somme. Passée cette première séance, aucun remboursement ne sera effectué.