

Garantiert praxisnah



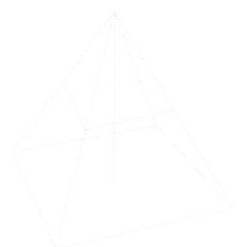
Pharma-Marketing- und Vertriebsmanagement

Ein Basis-Seminar der primus consulting group



primus pharma college

Die Inhalte



Tag 1 – Schwerpunkt Marketing:

1. Unterschiedliche Perspektiven des Marketing

- Marketing-Philosophie
- Marketing-Management
- Marketing-Instrumente
- Marketing-Organisation
- Marketing-„Spirit“

2. Optionen des strategischen Pharma-Marketing

- Portfolio-Strategien
- Wachstumsstrategien
- Wettbewerbsstrategien
- Marktabdeckungsstrategien
- Marktsegmentierung
- Produktpositionierung

3. Operative Umsetzung von Marketing-Maßnahmen auf Indikations- bzw. Produktebene

- Überblick
 - Modell eines operativen Pharma-Marketings („House of Pharma-Marketing“)
 - Koordination und Organisation des operativen Marketings
- Ablaufphasen der Implementierung
 - „Business“-Strategie (Basis-Strategie, Zielgruppenmanagement)
 - Produkt-Profilung
 - Produkt-Positionierung
 - Kernbotschaften („Product Messaging“)
 - Kreative Umsetzung („Look & Feel“)
 - Vorbereitung AD-Gespräche („Sales Presentation Outline“)

Dazwischen Gruppenübungen mit anschließender Präsentation und Diskussion

(gemeinsame Erarbeitung einer Marketing-Kampagne)

Tag 2 – Schwerpunkt Vertrieb:

5. Der Außendienst: Herz und Seele des Unternehmens

- Situation des Verkäufers im Pharma-Markt: Ziele und Aufgaben
- Verkaufen und Überzeugen in einem immer härter werdenden Umfeld
- Der Außendienstmitarbeiter als Manager im Feld:
 - Strategisches Gebietsmanagement
 - Planung, Durchführung und Nachbereitung von Kundenbesuchen
 - Zusammenarbeit mit dem Innendienst
- Kernelemente des Vertriebsmanagements:
 - Motivation
 - ADM-Auswahl
 - Fortbildung
 - Coaching
 - Karriereplanung
 - Vertriebscontrolling
 - Strategisches Vertriebsmanagement

Dazwischen Gruppenübungen mit anschließender Präsentation und Diskussion

6. Zusammenfassung



Pharma-Marketing- und Vertriebsmanagement

Ein Basis-Seminar der primus consulting group

Hintergrund und Zielsetzung:

In einem modernen markt- und kundenorientierten Pharma-Unternehmen geht Marketing- und Vertriebsmanagement alle an! Um so wichtiger also, dass auch alle beteiligten Mitarbeiter mit den Grundzügen, Techniken der Umsetzung und den Prozessabläufen vertraut sind.

Unser Seminar „Pharma-Marketing- und Vertriebsmanagement“ setzt genau hier an.

Zielgruppe:

Welchen Nutzen haben Sie und Ihr Unternehmen von diesem Seminar?

Unser Anspruch:

Qualität für unsere Kunden ...

... auf Wunsch auch ganz exklusiv.

In zwei Tagen vermitteln wir:

- Grundprinzipien einer modernen Marketing- und Vertriebsphilosophie
- Strategische Optionen des Marketing- und Vertriebsmanagements
- Techniken und Instrumente bei der Umsetzung von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen
- Prozessabläufe und Managementmethoden eines innovativen Marketing- und Vertriebsmanagements

Praxisnah an Beispielen, insbesondere aus der Pharma-Industrie!

Das Seminar richtet sich an:

- Führungskräfte in Pharma-Unternehmen, die selbst nicht in Marketing und Vertrieb tätig sind (Medical Affairs, Zulassung, Gesundheitspolitik, Rechtsabteilung, Marktforschung, Eventbereich, etc.)
- Einsteiger im Pharma-Marketing – z.B. Junior Produktmanager – oder Vertriebsmitarbeiter auf dem Weg zum nächsten Karriereschritt

Sie als Teilnehmer steigern Ihre persönliche Kompetenz in Marketing- und Vertriebsangelegenheiten. Durch die ausgewogene Mischung von Theorie- und Praxisteilen nehmen Sie sowohl Wissen als auch unmittelbare persönliche Erfahrung mit.

Nachhaltig wird in Ihrem Unternehmen die Zusammenarbeit der einzelnen Abteilungen mit dem Marketing und dem Vertrieb für die Mitarbeiter vereinfacht und dadurch effizienter.

Der fokussierte Einblick in die Belange und Strategien des Marketing- und Vertriebsmanagement ermöglicht eine noch stärkere Integration aller relevanten Abteilungen in gemeinsame unternehmerische Zielsetzungen.

Unsere Referenten sind erfahrene Senior Manager mit langjähriger Praxis in Marketing und Vertrieb der Pharma-Industrie. Durch die kleine Gruppengröße von maximal 12 Personen ist das Klima in unseren Seminaren persönlich und produktiv. Individuelle themenbezogene Belange der einzelnen Teilnehmer können berücksichtigt werden.

Sie wollen Exklusivität? Wir bieten Ihnen jedes unserer Seminare auch als firmenexklusives Inhouse-Seminar. Nach Absprache mit Ihnen setzen wir gerne Schwerpunkte auf Indikationen, aktuelle Fragestellungen, etc. Sprechen Sie einfach mit uns.