

« Leviers du Marketing Stratégique dans l'Industrie de la Santé »

Cette formation est conseillée aux collaborateurs qui souhaitent élargir leurs compétences de Marketing grâce à la dimension stratégique. Ce programme alterne des sessions théoriques pour découvrir la méthodologie et les outils de la planification stratégique, et les sessions pratiques avec des cas d'école pour mettre en application les connaissances acquises et développer la vision stratégique.

3 jours

Description brève des objectifs

A l'issue cette formation, les stagiaires seront capables de se familiariser avec les étapes clés du Marketing Stratégique :

- Analyse Marché : la méthodologie pour mettre en place une étude de marché pertinente
- Patient Flow : définir le flux de patients pour identifier les opportunités de croissance
- Analyse de la Concurrence : se mettre « dans la peau » de vos principaux concurrents
- Orientation client : identifier les insights clés pour vos clients
- Analyse SWOT : identifier les forces, les faiblesses en interne, les opportunités et menaces en externe
- Key Issues et Key Succes Factors (CSFs) : identifier les obstacles à dépasser et les facteurs clés de succès
- Segmentation : les critères de segmentation efficace
- Ciblage : la démarche pour concentrer les efforts sur les bons clients
- Process de Planification Stratégique : la méthodologie et les bonnes pratiques de la stratégie rentable et durable
- Allocation des ressources : comment allouer les ressources financières et humaines pour un maximum du retour sur investissement
- KPI : comment optimiser la performance de façon continue grâce aux indicateurs

Les étapes clés développées lors de la formation ont pour but de **développer une orientation client** et **accélérer la croissance de l'Entreprise de façon durable**.

Public concerné

Stagiaires qui ont un niveau junior / confirmé en Marketing de la Santé et souhaitent évoluer vers un niveau senior

Prérequis

Connaissances de base en Marketing et de l'industrie de la Santé (médicaments, DM, compléments alimentaires...)

Moyens pédagogiques

Les techniques pédagogiques proposées privilégient l'interactivité au sein du groupe. Elles favorisent l'alternance entre temps de réflexion, échanges, cas pratiques et apports théoriques.

Moyens administratifs

Feuille d'émargement du stagiaire / Feuille d'appréciation de la formation

Programme

MODULE 1	MODULE 3
Analyse de l'environnement <ul style="list-style-type: none"> ✓ Analyse Marché ✓ Patient Flow ✓ Analyse de la Concurrence ✓ Orientation client 	Planification Stratégique <ul style="list-style-type: none"> ✓ Process de Planification Stratégique ✓ Allocation des ressources ✓ KPI : indicateurs de la performance
MODULE 2	
Définition de la stratégie <ul style="list-style-type: none"> ✓ Analyse SWOT ✓ Key Issues et Key Succes Factors (CSFs) ✓ Segmentation ✓ Ciblage 	

Evaluation

L'évaluation des acquisitions des compétences des stagiaires est réalisée en continue et par le formateur

Formateur(s)

Jevgenija Purane, Docteur en Pharmacie, Experte en Marketing Santé

Prix

Voir dans la convention de formation

(*) Pas de TVA applicable aux journées de formation Programme établi par la société CQS. Marlène Renaud, responsable pédagogique.