

Proviamo con il coach



Marketing e Tecniche di Accesso al Mercato del Farmaco canale E-O

Roberto Adrower

Farmacista / Life Science Professional in Marketing & Communication
Professore a Contratto di Marketing e Tecniche di Accesso al Mercato del
Farmaco Facoltà di Farmacia e Medicina Corso Scienze farmaceutiche
Applicate

Un . La Sapienza Roma

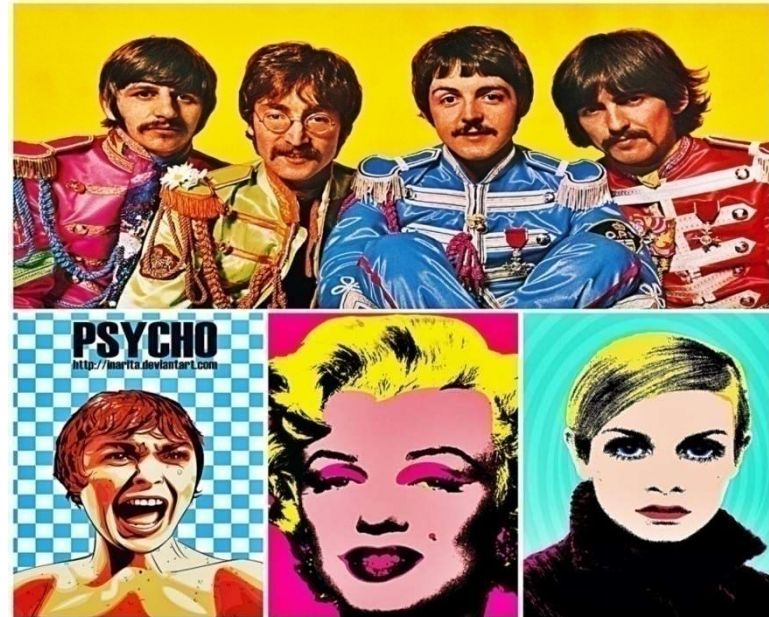
roberto.adrower@uniroma1.it



My Story



I wanted to be a drummer



BUT.....



Pharmacy degree

But last 40 years



Marketing Experience

- Professore a contratto Marketing e Tecniche di Accesso al mercato del farmaco SFA Facoltà di Farmacia e Medicina La Sapienza
- Bee-BIP & co -
- Life Science & Professional Marketing & Communication



roberto.adrower Bee-BIP & Co sas

Today?

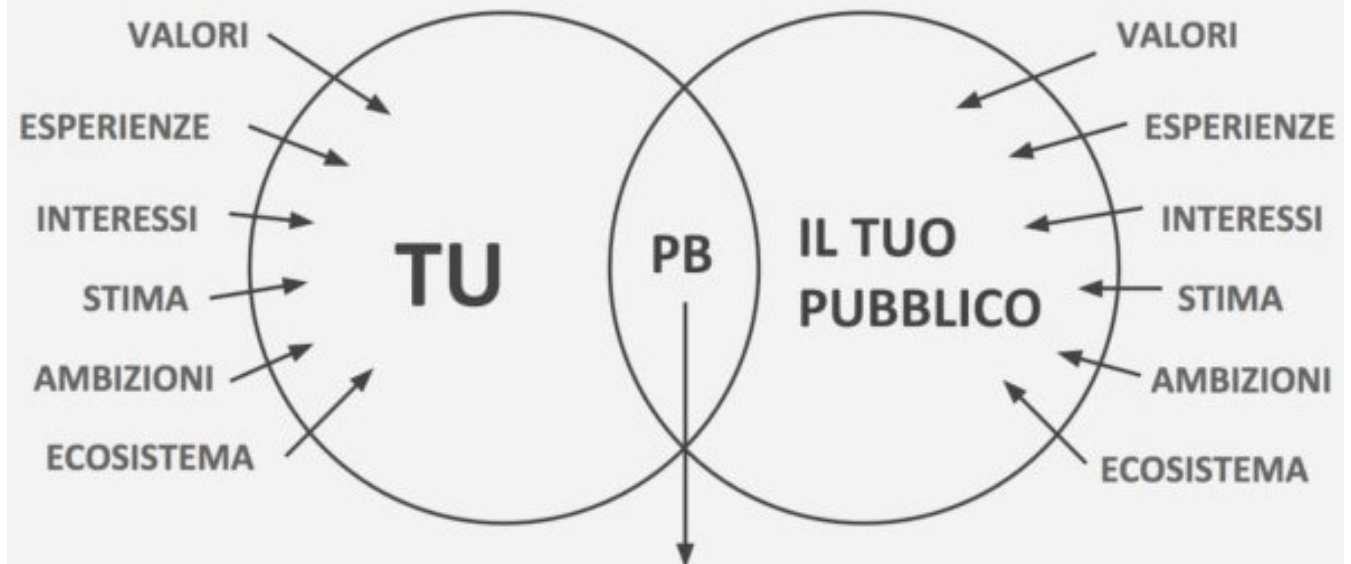




Adesso presentatevi VOI !!!



I'am a Brand



Il personal Branding comincia **dalla condivisione.**





Feed back iniziale

Cosa vi aspettate da questo corso ?

- Come immettere un prodotto nel mercato legalmente
- Conoscere il mercato
- Come vendere
- Targetting
- Risultati economici
- Costruire e attirare Clienti
- Potenzialità di un prodotto



Modalità

- Le lezioni di Marketing e Tecniche di Accesso al Mercato del Farmaco si svolgeranno nelle giornate di
- *Lunedì dalle ore 15 alle 17 nell'aula 8 Chimica Farmaceutica- Farmacia - Medicina CU034
- *Venerdì dalle ore 16 alle ore 18 nell'aula A Raffaele Giuliano Chimica farmaceutica - Farmacia- Medicina CU019
- Le lezioni si articoleranno sino a Giugno e gli argomenti affrontati ad ogni singola lezione verranno riportati con slide e/o articoli aggiornati alla fine di ogni singola lezione .
- Nella prima lezione Vi forniremo un quadro del Corso seguiranno serie di lezioni che saranno svolte dalla Prof. Biava per una introduzione al farmaco e per i concetti essenziali della classificazione dei farmaci . Nell'arco delle lezioni porteremo anche dei testimonial che in buona parte sono manager del settore Salute e Farmaceutico .
- La Prima lezione inizia il giorno 2 MARZO nell'aula 8 di Chimica Farmaceutica - Farmacia -Medicina CU034 alle ore 15

Programma del Corso 1



Introduzione al Corso -
Spiegazioni sul modello di studio (portale elearning, testi articoli)
spiegazione esame
Cosa è un farmaco
Ciclo di vita di un farmaco
Il brevetto farmaceutico
Introduzione al Marketing ed alle Tecniche di Informazione Scientifica del
farmaco
Esercizio di Tecniche di Vendita
Cenni di Economia Sanitaria
La politica sanitaria e del farmaco
Economia del farmaco
La Farmacoeconomia -Esempi di Modelli di farmacoeconomia
Analisi Strategica e quella Operativa
Il marketing Mix
Il Positioning
le matrici BSC - e la SWOT Analysis
Come strutturare un Marketing Plan parte Prima
Come Strutturare un marketing Plan parte seconda



Programma del Corso 2

- Il targetting ed il Profiling (Medici , Farmacie Retail & Hospital
Le ricerche di Mercato
La visita Medica - La comunicazione scientifica - Il direct to Consumer
La comunicazione nell'informazione scientifica
Il Direct To Market , l'e-marketing
Come Vendere in Farmacia alla luce dell'avvento del Capitale
Differenze tra on ed off line
Il social Marketing ed il Digital marketing nel settore Pharma
Diversificate Presentazioni di testimonial del settore Farmaceutico ed Erboristico ed
Esponenti dell'Health Care
Etica e Lobbing Managment
Dalla Lobbing al Market Access
Il Marketing di se stessi
Simulazione di Colloqui di lavoro
Le figure del Market Access manager , Regional Affairs Manager ,
Medical liason, Regulatory Affairs , Public Relation Manager . Product
Manager , Medical Product
Il Market Access nel settore farmaceutico
Come renderlo operativo
Come coniugare tecniche di Marketing e vendita nel Lifescience
Managment
Recup delle parti essenziali dell'intero corso
Simulazione d'esame

Punti di Forza del Corso

- Simulazione colloquio di lavoro



Lezioni Magistrali :



- Venerdì 13-mar-20 Pharma coaching
dssa Falcone
- Venerdì 08-mag-20 **Prof Liuccio**
Comunicazione sanitaria Fake news
- Venerdì 15-mag-20 Dssa **Cofrancesco /**
Corporate Director Pfizer
- **Rapresentanti di Federfarma (data da definire)**

Alla fine del Corso

- Avrete le basi per svolgere i primi passi nel settore della Comunicazione e del Marketing di
 - Aziende Farmaceutiche
 - Aziende Erboristiche
 - Aziende Cosmeceutiche

- Come ???? <https://youtu.be/oQVdR8w1XN4>



Ulteriori Possibilità

- Svolgere il periodo di tirocinio su argomenti di Marketing e Comunicazione presso :
 - Farmacie
 - Erboristeria
 - Aziende
 -

<http://www.uniroma1.it/>

<https://elearning2.uniroma1.it/my/>

<https://elearning2.uniroma1.it/my/>

Cosa potete trovarci:

- ⇒ Notizie
- ⇒ Comunicazioni urgenti
- ⇒ Lezioni
- ⇒ Esami (risultati, test svolti)
- ⇒ Documenti utili
- ⇒ Contatti
- ⇒ Altre info e commenti vari

Altri spunti

- **Esame finale**
 - Da definire con la Prof. Biava modalità e tempi
- **Materiale didattico**
 - Slide molto scritte in assenza di dispense sul sito
 - ✓ Sbobinature per dispense???
- ***TESI DI LAUREA e STAGE in AZIENDA***
 - ***esperienze positive in passato in 2 ambiti:***
 - *Farmacoeconomia*
 - *Marketing Farmaceutico*
 - *Comunicazione Farmaceutica Tradizionale e digitale*
 - *Erasmus*

✓ **Massima interattività**

Principali siti

- <http://www.quotidianosanita.it>
- <https://www.aboutpharma.com>
- <https://www.linkedin.com/in/roberto-adrower-0499291/>
- <http://pharmacyscanner.it>
- https://pixelbook.tecnichenuove.com/newsstand/ncf/viewer/guest/com.tecnichenuove.ncf.ncf.2019.001/?_hstc=91787141.6e38c9ec97aec6aebbe116626c036ba1.1551611355047.1551611355047.1551611355047.1&_hssc=91787141.6.1551611355048&_hsfp=3608961603
- <http://streamer.adnkronos.com/Salute/Newsletter/data/?hid=oLClJFxsOKRAru1FXSR4cw==>

Testi di studio e consultazione

ECONOMIA SANITARIA E FARMACEUTICA

- “Economia del Settore Farmaceutico” F. Gianfrate - Ed. Il Mulino
- “Economics for Health Care Management” A. Clewer, D. Perkins - Prentice Hall
- “Manuale di Economia Sanitaria per non economisti” Ed. Franco Angeli

MARKETING FARMACEUTICO

- «Marketing per la Sanità» P. Kotler - McGrawHill
- “Il Marketing secondo Kotler” P. Kotler - Ed. Il Sole24ore
- “Brand Planning for the pharmaceutical industry” J. MacLennan - Gower Publishing Limited
- “La Strategia Competitiva: analisi per le decisioni” M. Porter - Ed. della Tipografia Compositori

Testi di studio e consultazione

FARMACOECONOMIA

- “Valutazioni economiche e management in sanità” R. Tarricone - Mc Graw Hill
- “Metodi per la Valutazione Economica dei Programmi Sanitari» M.F. Drummond
– Il Pensiero Scientifico Editore

LOBBYING E MARKET ACCESS

- “Fare Lobby” A. Cattaneo - Ed. ETAS
- «Introduzione alle relazioni istituzionali: La cassetta degli attrezzi del lobbista»
F. Spicciariello - Luiss University Press



Articoli editoriali Roberto Adrower

Farmacia del Futuro alcuni spunti – Media4Health

<https://www.digitalmarketingfarmaceutico.it/farmacia-del-futuro/>

Marketing per l'impresa farmacia: Articoli pubblicati su Tema Farmacia

<https://www.farmacianews.it/marketing-per-limpresa-farmacia-come-e-perche-farmacia-news/>

Market access e supply chain niente sarà come prima

Snellire i processi con la Balanced Scorecard

La gestione dei prodotti maturi

Dai prodotti alle persone come cambia il marketing

Nuovi format e modelli di comunicazione

Laurea in farmacia e sbocchi professionali

Off Line e On Line ,prove di convivenza

Provate con il Coaching

La Farmacia ai tempi della Blockchain

Alla ricerca di un modello competitivo

Management / Testi

Giorgio Corigliano
MARKETING
Strategie e tecniche

ETAS LIBRI

Definizione di Marketing?

N. 6 - FEBBRAIO 1982 - LIRE 10.000

ARNOLDO MONDADORI EDITORE

MARKETING

TRIMESTRALE DI MARKETING E PUBBLICITÀ IN COLLABORAZIONE
CON L'ASSOCIAZIONE ITALIANA PER GLI STUDI DI MARKETING

Espansione

- OSSERVATORIO**
- 7 In questi contratti rischio calcolato
di Robert J. Dolan
 - 13 Ricerche di mercato sotto inchiesta
di Danny N. Bellenger
 - 19 La pubblicità serve anche ai beni industriali
di Davis Hosman e Donald L. Fugate
 - 23 Nuovi prodotti: imitare non rende
di Robert G. Cooper e Roger Calantone
 - 37 Distribuzione, arriva il channel manager
di Donald W. Jackson e Bruce J. Walker

- MERCATO**
- 44 Quell'articolo va eliminato
di Roberto Boschetti
 - 52 Come scegliere i media più efficaci
di Bruna Vergani
 - 65 Messaggio pubblicitario diventa creativa
di Paola Casassa Gallo
 - 68 Un buon piano di marketing prepara così
di Elena Lavia
 - 78 Con il computer consumatore senza più segreti
di Marco Boneschi
 - 85 Quando il venditore ha la laurea
di Arthur J. Bragg

- SITUAZIONI**
- 89 Buoni affari in poco tempo se la fiera è giusta
di Milo Goj
 - 105 Nella giungla dei marchi, attenti al doppione
di Eugenio Sacco

GIORNALE DI MARKETING (pag. 123) In vista dell'assemblea L'impegno del gruppo ricercatori Riepilogo 1981 e programmi per quest'anno Segnalazioni e notizie Intuito ed esperienza per valutare le affissioni Nuovi soci Nota metodologica: Non si vende un prodotto, ma l'assortimento Cariche nel gruppo bancario. LIBRERIA (pag. 116) Panorama completo sui beni industriali, a cura di Paola Casassa Gallo.

Spedizione in abbonamento postale Gr. IV / 70

Date VOI una definizione di MARKETING

roberto.adrower@gmail.com 04/03/2020
com
roberto.adrower@uniroma1.it, le slide possono
essere utilizzate citando
l'autore



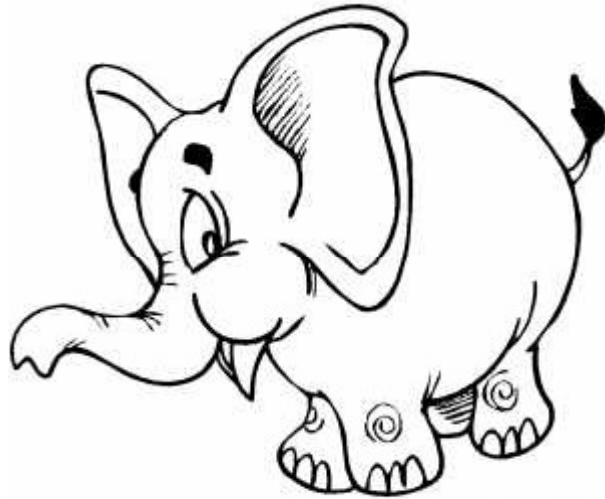
Q1 Il circo arriva in città .
Fai un cartello: questo è

**Il circo si esibirà nel
quartiere fieristico
Domenica alle ore
20,00**

Publicità



Q2 Se metti il cartello su un elefante e lo mandi ingiro per la città : questa è



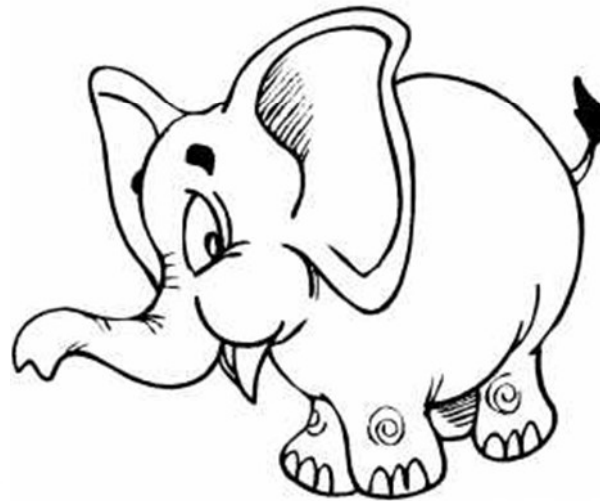
**Il circo si
esibirà nel
quartiere
fieristico
Domenica
alle ore
20,00**

Promozione

roberto.adrower@gmail.com 04/03/2020
roberto.adrower@uniroma1.it, le slide possono essere utilizzate citando l'autore



Q3 : Se l'elefante calpesta le aiuole comunali del sindaco



**Il circo si
esibirà nel
quartiere
fieristico
Domenica
alle ore
20,00**

Publicità



E se il sindaco sorride come un bambino



Publiche Relazioni

Se hai pianificato

roberto.adrower@gmail.com
04/03/2020
roberto.adrower@uniroma1.it, le slide possono essere utilizzate citando l'autore



roberto.adrower@gmail.com 04/03/2020
com
roberto.adrower@uniro
mai.it,le slide possono

Datemi una definizione di VENDITA



MY NAME IS JORDAN BELFORT. THE YEAR I TURNED 26, I MADE \$49 MILLION DOLLARS, WHICH REALLY P*SSSED ME OFF BECAUSE IT WAS THREE SHY OF A MILLION A WEEK.

04/03/2020

THE ONLY THING STANDING BETWEEN YOU AND YOUR GOAL IS THE BULLSH*T STORY YOU KEEP TELLING YOURSELF AS TO WHY YOU CAN'T ACHIEVE IT.

BE AGGRESSIVE!
BE FEROCIOUS!
BE TELEPHONE
F*CKING
TERRORISTS!

STRAT
TON
ITES

LET ME TELL YOU SOMETHING. THERE'S NO NOBILITY IN POVERTY. I'VE BEEN A POOR MAN, AND I'VE BEEN A RICH MAN, AND I CHOOSE RICH EVERY F*CKING TIME.



MOVE THE MONEY FROM YOUR CLIENT'S POCKET INTO YOUR POCKET



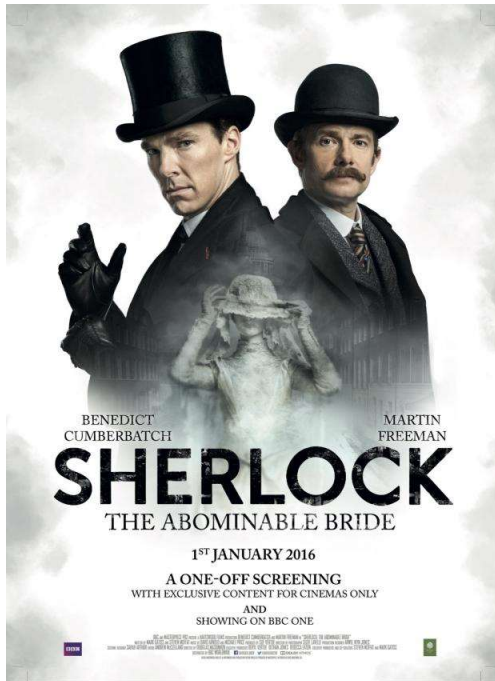
OH LOOK WHAT I FOUND IN MY POCKET, YOUR YEARS SALARY! I CALL THESE FUN COUPONS!

SELL ME THIS PEN!

WITH THIS SCRIPT, I'LL TEACH EACH AND EVERY ONE OF YOU TO BE THE BEST

THE WOLF

<https://www.youtube.com/watch?v=FMByZdr5BFo>



roberto.ad

roberto.ad
 mai.it,le
 essere uti



Tracce

Come potreste “vendere ad un baby boomer” una penna una idea un progetto ?

04/03/2020



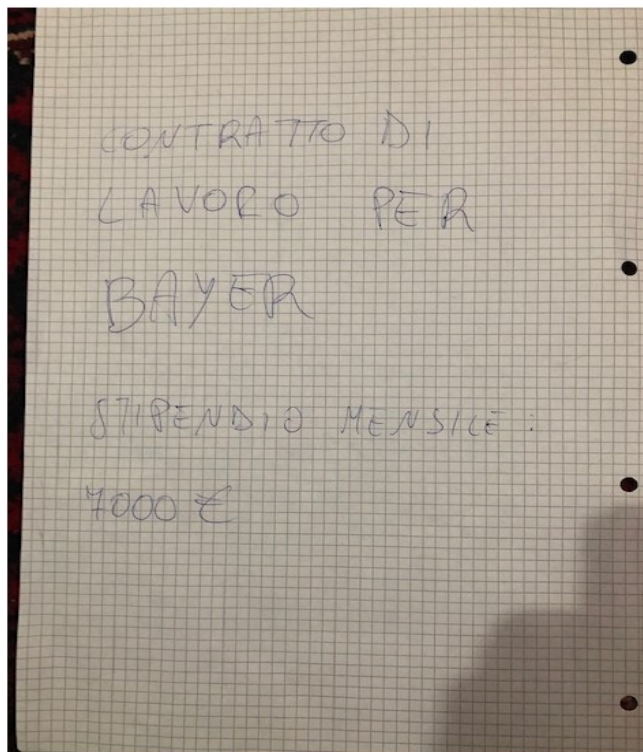
Quale penna mi
vendereste ?

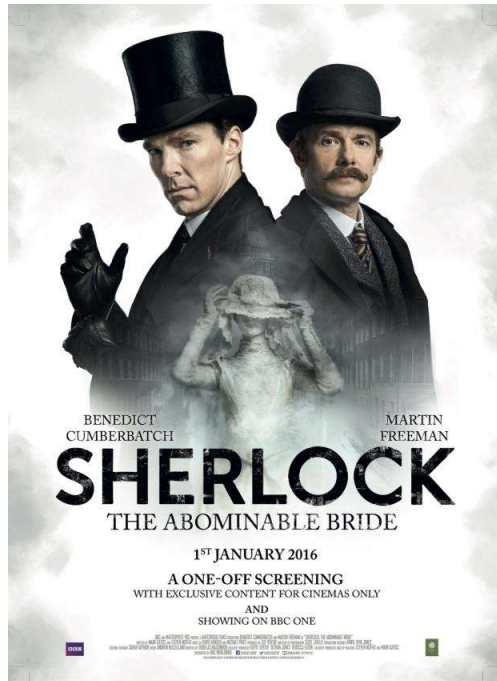


Da una risposta nata nella lezione del 2 Marzo 2020 da uno studente del Corso

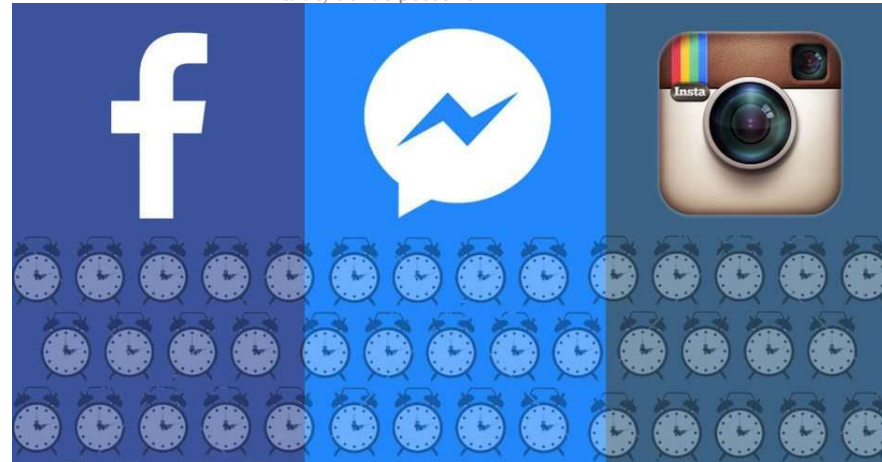
Contratto di lavoro

Questa è la penna per firmarlo





roberto.adrower@gmail.com
04/03/2020
roberto.adrower@uniroma1.it, le slide possono



Tracce

Come potreste “vendere ad un millenials una penna una idea un progetto ?

roberto.adrower@gmail.com
04/03/2020
roberto.adrower@uniroma1.it, le slide possono
essere utilizzate citando
l'autore

Forse una sola penna epoi ???



Come “vendere” Con quale mezzo ?

Come vendereste? Con quale leva ?

- sul prezzo
 - sulla qualità
 - Sullo status
 - Sull'utilità
 - Sulla convinzione
 - È la penna del mio migliore amico
 - Sul
- SMS
 - Direct marketing
 - Depliant
 - Social
 - Spot TV
 - Pubblicità tabellare
 - WA
 -