Moscow Business School

Фармацевтический маркетинг: брендинг и реклама. Опыт ведущих компаний в России и за рубежом

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 28.01.2027

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Фарммаркетинг: особенности и отличия

- Фармацевтический маркетинг VS Маркетинг: современные реалии, смещение тектонических плит продвижения и восприятия
- Ключевые факторы успеха
- Сферы фарм-маркетинга
- KPI
- Разработка маркетинговой стратегии
- План маркетинга по препарату/продукту/услуге
- RX и OTC — кто в фарме потребитель?
- Лонч RX и OTC препаратов: ключевые этапы
- Поведение потребителей и инструменты мониторинга
- Структурное описание потребительского поведения
- Поведенческие модели «Потребитель-Бренд»

Практикум: «Выбор поведенческой модели»

Стратегия работы с брендом

- Здоровье бренда и его показатели
- Фарм-бренд и алгоритм его создания
- Дискриминатор бренда и методы его синтеза
- Продвижение фарм-бренда: что можно и что нельзя
- Работа с лидерами мнений
- Стратегия продвижения: пошаговое создание
- Brand Mapping

Практикум: кейс «АльфаСтрахование Медицина: когда самая высокая цена — один из факторов успеха. НО, не единственный! История большого прорыва от автора»

День 2

Работа с потребителем

- Инсайт потребителя как главный фактор эмоционального сближения
- Нейромаркетинг: от изучения потребителей к эффективному продвижению
- Сущность бренда — отправная точка всех коммуникаций OTC и RX
- Контент-маркетинг: опыт FMCG, который взорвал продажи на консервативном рынке

Практикум: кейс «RX Трентал: рецепт большой победы»

Современная практика продвижения

- Дистрибьюция и трейд-маркетинг в аптеках
- Супер-кейс Берлин-Хеми Менарини «Как вырасти на конкурентном рынке не снижая цену: рецепт Лиотон, Простамол, Резалют»
- Фирменный стиль фармацевтического бренда: полезный опыт Полисан
- Тенденции дизайна и рекламы на фармацевтическом рынке
- Тестирование восприятия гипотез, оформления и сюжета

Moscow
Business School

рекламы