

## FORMATION DR PHARMA (métier de Directeur Régional)

La formation a lieu au Pôle Universitaire Léonard de Vinci (92 La Défense)

Durée : 10 jours (70 heures)

Tarif : 5000.00 € HT (finançable par le DIF, le CIF, le plan de formation)

Promotions 2012 ➔ du 2 au 6 juillet et du 20 au 24 août 2012

➔ du 5 au 9 novembre et du 17 au 21 décembre 2012

<p><b>MODULE 1 :</b> <b>MANAGEMENT DES VISITEURS MEDICAUX</b></p>	<p><b>Objectifs :</b> <span style="float: right;"><b>durée: 2 jours</b></span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Appréhender les fondamentaux du management individuel et collectif</li> <li>▲ Se former aux principes et aux outils du Management Positif®</li> <li>▲ Identifier les leviers de mobilisation positive des visiteurs médicaux</li> <li>▲ Maîtriser les bonnes pratiques de l'accompagnement en clientèle</li> <li>▲ Ajuster son management entre le lien (proximité) et la loi (autorité)</li> </ul>
<p><b>MODULE 2 :</b> <b>COMMUNICATION MANAGERIALE ET LEADERSHIP</b></p>	<p><b>Objectifs :</b> <span style="float: right;"><b>durée : 2 jours</b></span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Se positionner et affirmer son leadership</li> <li>▲ Identifier les points forts et les points faibles de sa personnalité</li> <li>▲ Adapter sa communication et son comportement en fonction de la personnalité de son collaborateur</li> <li>▲ Communiquer face à un groupe</li> <li>▲ Prévenir les conflits</li> <li>▲ Gérer l'agressivité verbale</li> </ul>
<p><b>MODULE 3 :</b> <b>LA GESTION SOCIALE DU DR</b></p>	<p><b>Objectifs :</b> <span style="float: right;"><b>durée : 1 jour</b></span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Appréhender la convention collective sur le plan du droit social</li> <li>▲ Connaître les modalités juridiques de gestion d'un conflit</li> <li>▲ Maîtriser les points essentiels de la loi DMOS</li> <li>▲ Appréhender la charte de la VM, les modalités de certification de la VM et le rôle du DR</li> <li>▲ Maîtriser les modalités d'application du Droit Individuel à la Formation</li> </ul>
<p><b>MODULE 4 :</b> <b>GESTION ET STRATEGIE COMMERCIALE DU DR</b></p>	<p><b>Objectifs :</b> <span style="float: right;"><b>durée : 1 jour</b></span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Maîtriser les panels utilisés pour analyser les ventes de médicaments (Gers, Xponent,...)</li> <li>▲ Analyser les ventes sur une zone géographique au sein d'un marché</li> <li>▲ Définir des priorités commerciales au sein d'un portefeuille produits</li> <li>▲ Maîtriser le logiciel Excel (tableaux, graphiques, formules) afin de faciliter l'analyse et d'animer les chiffres</li> <li>▲ Appréhender différents types tableaux de bord</li> </ul>
<p><b>MODULE 5 :</b> <b>ELABORATION D'UN PLAN D'ACTION REGIONAL</b></p>	<p><b>Objectifs :</b> <span style="float: right;"><b>durée : 1 jour</b></span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Pratiquer une analyse commerciale et d'activité sur une région</li> <li>▲ Etablir un diagnostic interne et externe et définir des facteurs clés de succès</li> <li>▲ Proposer une politique régionale cohérente et proposer des objectifs et des recommandations adaptés</li> <li>▲ Elaborer un Plan d'Action Régional</li> </ul>
<p><b>MODULE 6 :</b> <b>REGLEMENTATION DU MEDICAMENT A L'HÔPITAL</b></p>	<p><b>Objectifs :</b> <span style="float: right;"><b>durée : 1 jour</b></span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Appréhender la structure et l'organisation d'un établissement hospitalier</li> <li>▲ Connaître les spécificités de la réglementation du médicament à l'hôpital</li> <li>▲ Négocier un marché hospitalier</li> </ul>
<p><b>MODULE 7 :</b> <b>MARKETING PHARMACEUTIQUE ET CIBLAGE</b></p>	<p><b>Objectifs :</b> <span style="float: right;"><b>durée : 1 jour</b></span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Comprendre la logique marketing et les spécificités du marketing pharmaceutique</li> <li>▲ S'initier aux notions de marché, macro et micro environnement, besoin, demande, offre, marketing mixte...</li> <li>▲ Appréhender le marketing produit et ses principaux composants</li> <li>▲ Appréhender le marketing relationnel et ses outils</li> <li>▲ Comprendre les concepts et les enjeux d'une politique de segmentation clients et de ciblage</li> </ul>
<p><b>MODULE 8 :</b> <b>LES ENTRETIENS DE MANAGEMENT</b></p>	<p><b>Objectifs :</b> <span style="float: right;"><b>durée : 1 jour</b></span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Connaître les bonnes pratiques en matière d'entretien de management</li> <li>▲ Être capable de mener les différents types d'entretiens de management : recadrage, félicitation, pilotage, évaluation, recrutement,...</li> <li>▲ Connaître les spécificités de l'évaluation et du recrutement des visiteurs médicaux</li> <li>▲ Acquérir des réflexes afin d'être en mesure de faire face aux situations professionnelles les plus courantes</li> </ul>

### CONTACTS

Information ➔ Cabinet B2consultants : 02-47-65-97-70 / [www.b2consultants.fr](http://www.b2consultants.fr)

Inscription ➔ GEMS : 01-49-09-09-86 / [www.gemsvm.com](http://www.gemsvm.com)