

Las claves para el éxito del profesional de Marketing de la Industria Farmacéutica

ESADE, 4 Marzo 2009

Javier Altemir
Director de Marketing Almirall

Tendencias del sistema sanitario en España

¿Cambio de modelo en el sector farmacéutico?

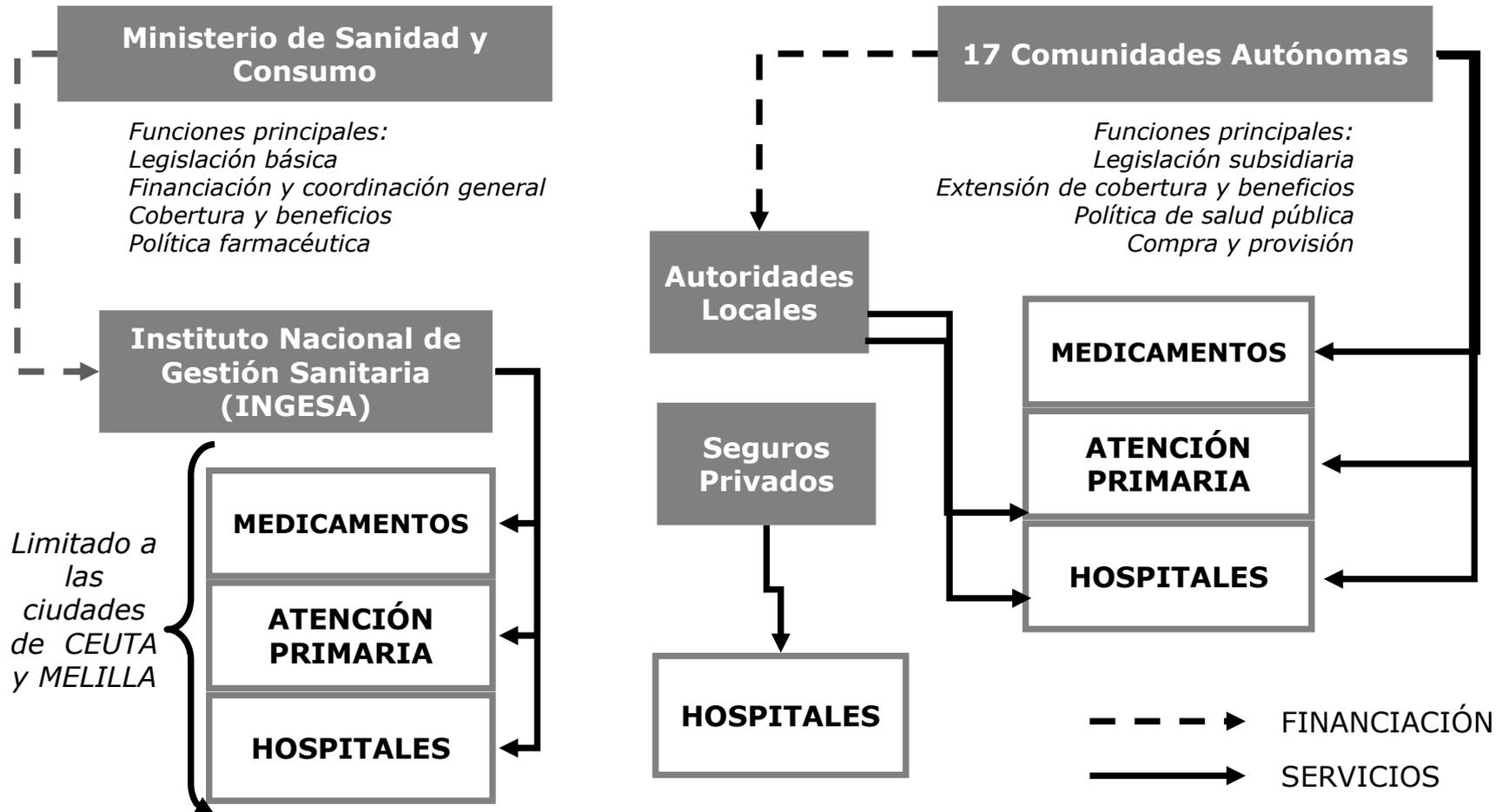
- Alto coste I+D
- Mayores dificultades regulatorias
- Expiración de los medicamentos *blockbuster*
- Acortamiento del ciclo de vida de los productos (perdida de patente)
- Irrupción de Genéricos y Precios de Referencia
- Disminuciones de margen
- Contención del gasto sanitario
 - Fuerte presión sobre los precios y mayor regulación central y regional
 - Dificultades de acceso al mercado de mas novedades terapéuticas
 - Incentivos a médicos
- Paciente mejor informado y mas exigente

Adaptación de las estrategias comerciales....

- Nuevo enfoque de visita médica
- Gestión de clientes (+ Gestión de producto)
- Ajuste de estructuras comerciales
- Explorar nuevos canales de comunicación con los clientes y pacientes, ofreciendo productos y servicios de valor
 - Uso medios digitales
 - Utilización de redes sociales
- Desarrollo de la figura de Relaciones Institucionales
- Redes de visita a Farmacias
-

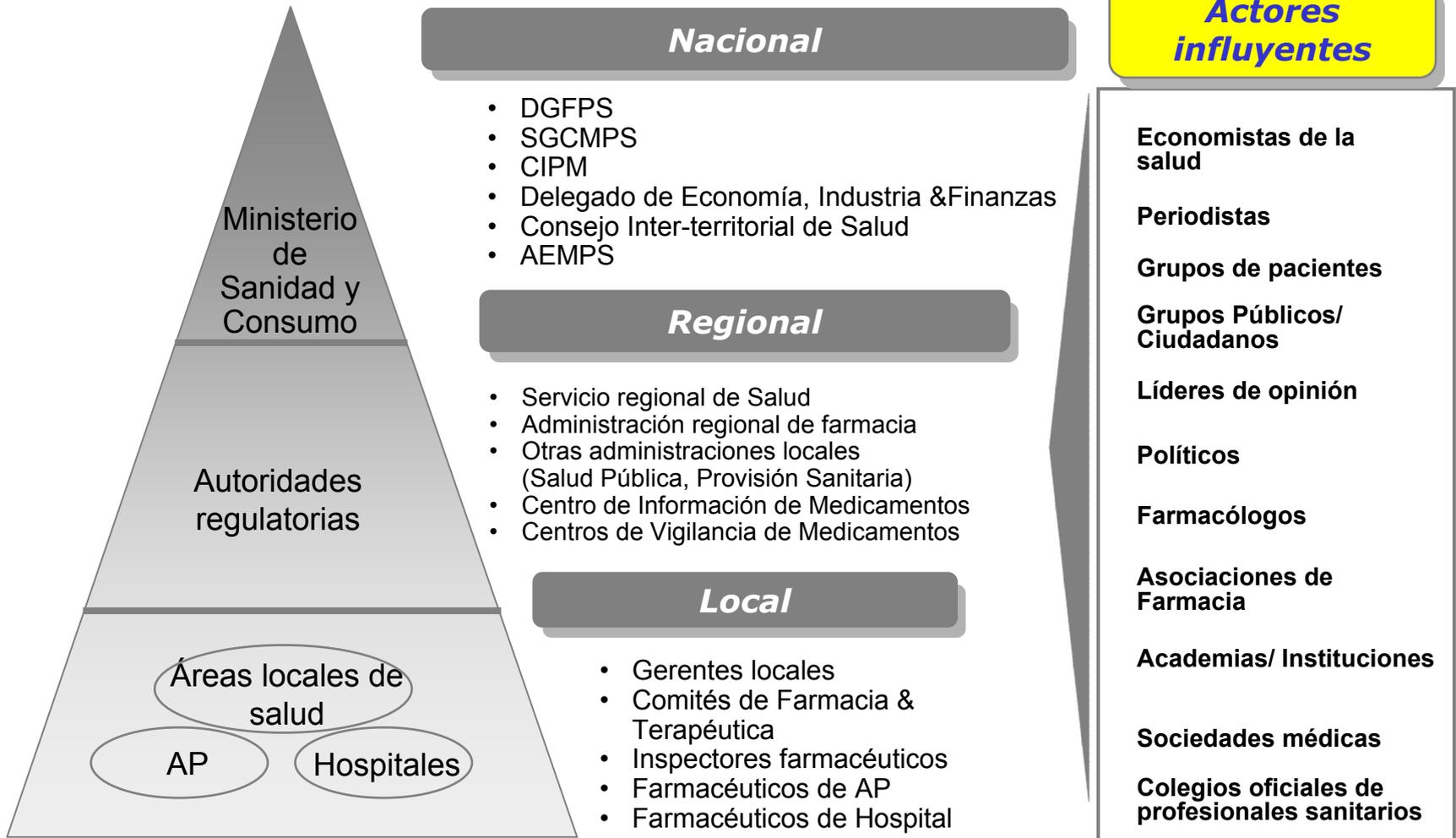
Desde el 2002 el sistema sanitario español está descentralizado

Actualmente cada región es la responsable de la financiación y provisión de servicios sanitarios



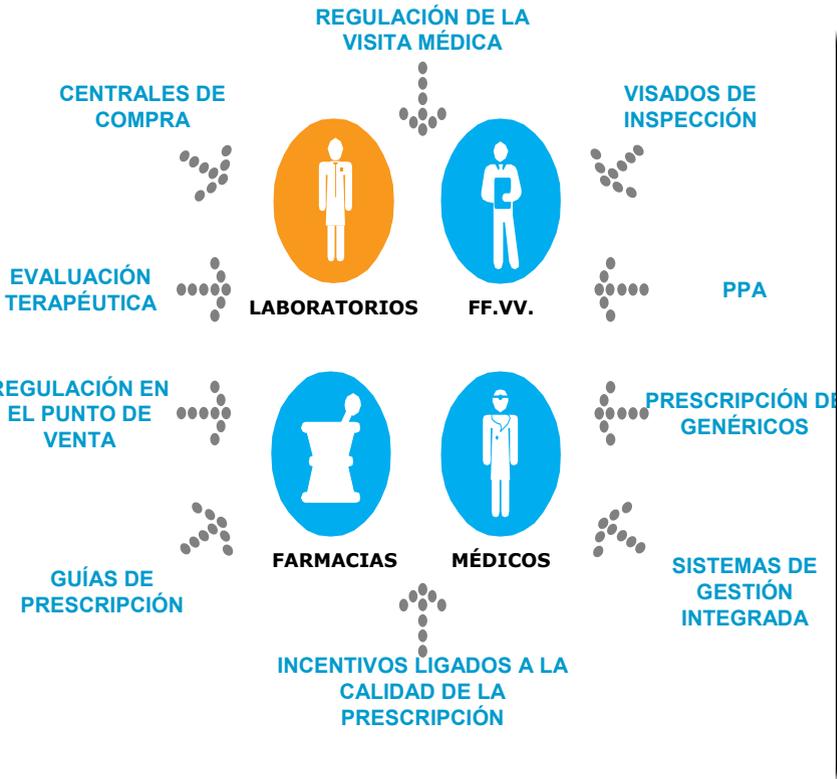
Fuente: IMS Health Consulting

Esto implica una mayor complejidad para gestionar los decisores y mayor numero de influenciadores...



Nota: DGFPs: Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios; SGCMPs: Subdirección General de Calidad de Medicamentos y Productos sanitarios
AEMPS: Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios ; CIPM: Comisión Interministerial de Precios de los Medicamento, AP: Atención Primaria

...Y modelos de gestión diferenciales: las CCAA se diferencian tanto por las medidas de control, en aumento, como por su implementación



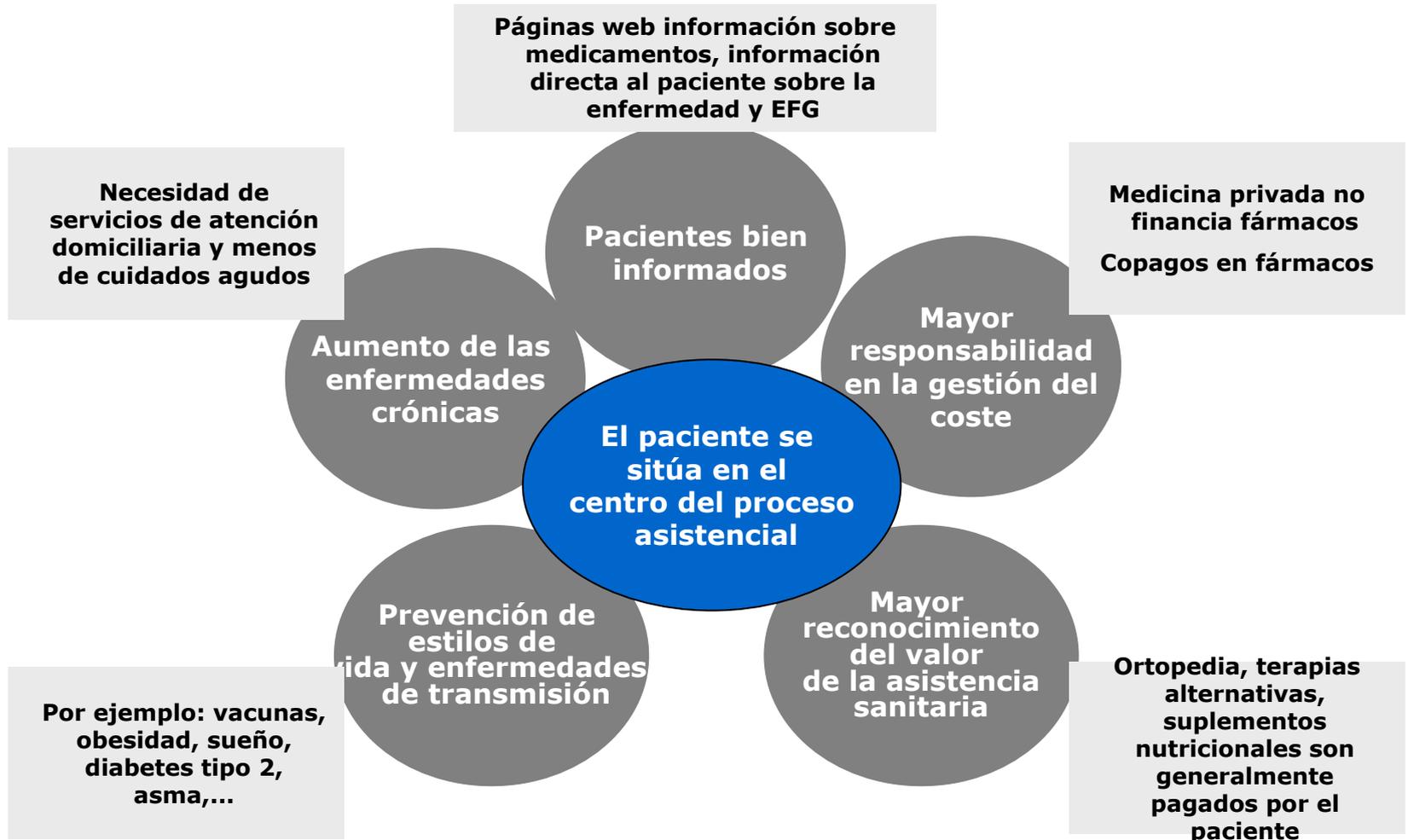
EJEMPLO: Indicadores de Calidad de la Prescripción*



Fuente: IMS Health Consulting - * Indicadores utilizados para monitorizar la prescripción médica y el seguimiento de las guías de contención del gasto

Además de los cambios regulatorios, se han producido otros cambios en el entorno a los que la industria farmacéutica debe adaptarse

El cambio del rol del paciente para convertirse en centro del proceso asistencial es uno de los más relevantes



Fuente: IMS Health Consulting

Perfil del profesional de Marketing

Perfil del Profesional de Marketing Farmacéutico

The diagram illustrates the profile of a pharmaceutical marketing professional. It consists of three stacked rectangular boxes. The top box is yellow and labeled 'Formación'. Below it is a blue box labeled 'Experiencia'. Below that is a green box labeled 'Competencias'. A dotted black line encircles the top two boxes, and a solid black line encircles the bottom box. Plus signs are placed between the boxes to indicate they are additive components.

Formación

+

Experiencia

+

Competencias

Perfil del Profesional de Marketing Farmacéutico

Formación

Perfil del Profesional de Marketing Farmacéutico

Formación

- ***Licenciatura en Ciencias de la Salud (Farmacia, Medicina y Biología) o bien en Ciencias Económicas, Empresariales o Químicas***
- ***Postgrado en Marketing Farmacéutico o MBA***
- ***Idiomas: Inglés***

SABER

- Mercado, patología, competencia, indicaciones, publicaciones médicas
- Estrategia: gestión ciclo de vida de producto, extensiones de línea, entorno futuros competidores
- Segmentar el mercado
- Capacidad para hablar con científicos, líderes de opinión, investigadores
- Economía, costes, Farmacoeconomía, Sistema de Salud
- Patentes, genéricos,
- Legislación: Ley Garantías y Uso Racional Medicamento,
- Autoregulación: Código deontológico Farmaindustria, La política Sanitaria y la política Farmacéutica

SABER

- Conocimiento del negocio y **conocimiento de los clientes**
- Transformar los datos en conocimiento estratégico
- ¿Quiénes son el 20% de clientes que me generan el 80% de las ventas?
- ¿Quiénes son los clientes más rentables? ¿cuántos son? ¿qué les gusta y disgusta?
- Segmentación clientes (innovar), fidelización, planes de retención, ...
- ¿Qué productos podemos vender a nuestros clientes que no estemos vendiéndoles?
-

Perfil del Profesional de Marketing Farmacéutico

Experiencia

Experiencia

- *Promoción interna vs contratación externa*
- *Preferiblemente con experiencia en “visita médica”*

SABER HACER

- Tener habilidades excelentes de COMUNICACION
- Elevada capacidad de influencia y persuasión: convencer a los demás
- Experiencia en gestión de proyectos
- Habilidad para construir puentes de lo “científico” al “marketing”
- Capacidad de gestionar gran carga de trabajo estableciendo prioridades
- Realizar previsiones de ventas, seguimiento de stocks
- Educación Medica e Investigación de Mercado (medir progreso de los objetivos)
- Identificar cambios y tendencias en el mercado / entorno
- Mejorar su productividad, y satisfacción del cliente (I-E)

SABER HACER

- Creativos (ideas): **pensar** cosas nuevas
- Innovadores (acción): **hacer** cosas nuevas
- Compartir best/bad practices
- Entender todo lo que sucede en el entorno y capacidad de ver como impacta en su negocio
- Capacidad de análisis y de identificar nuevas oportunidades de crecimiento potencial del negocio
- Capacidad de descubrir y entender las motivaciones de mis clientes (emociones vs racionalidad)

¿Porque un farmaco es prescrito y el paciente se lo toma?

Saber Trabajar en Equipo Y ser parte de él



Habilidad para liderar en equipos complejos y multidisciplinares

Competencias

Competencias emocionales**

😊 Motivación:

- *impulso al logro*
- *compromiso*
- *Iniciativa*
- *optimismo*
- *innovación*
- *pasión*

😊 Relaciones:

- *influencia*
- *comunicación*
- *gestión de conflictos*
- *liderazgo*
- *trabajo en equipo*

😊 Empatía:

- *comprensión de los otros*
- *orientación al cliente*
- *capacidad para gestionar las relaciones*

QUERER HACER

- **Responsabilidad**
- **Capacidad y voluntad de aprender constantemente; curiosa**
- **Flexibilidad**
- **Proactividad**
- **Autocontrol**
- **Asertividad**

**Personas con
buena salud emocional**



Las claves de éxito para el profesional de Marketing

Talento técnico

- Además del buen conocimiento del marketing...

- Le guste su trabajo

- Trabaje mucho

- Flexibilidad

- Sea POSITIVO

- Transmita ILUSION

Talento EMOCIONAL



Gracias por vuestra atención

