

Marketing de l'Industrie Pharmaceutique et de la Parapharmacie : conformité, digital et accès au marché

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-lindustrie-pharmaceutique-et-de-la-parapharmacie-conformite-digital-et-acces-au-marche

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR113

CATÉGORIE
Marketing de la Santé, Pharmacie et Silver Economy

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les spécificités, contraintes et opportunités du marketing pharmaceutique et parapharmaceutique.
- Analyser les marchés et segmenter efficacement les patients, consommateurs et professionnels de santé.
- Construire un positionnement et une proposition de valeur différenciante pour les produits de santé.
- Maîtriser les principaux enjeux de conformité, d'éthique et de communication dans le secteur pharmaceutique.
- Développer des stratégies de marketing et de communication adaptées aux professionnels de santé.
- Déployer une stratégie digitale et de Content Marketing adaptée à un environnement réglementé.
- Concevoir des stratégies e-commerce et omnicanales pour les produits de parapharmacie et de santé autorisés.
- Construire une identité de marque pharmaceutique crédible et renforcer la confiance des différentes parties prenantes.
- Maîtriser les stratégies OTC, automédication et activation commerciale en pharmacie.
- Comprendre les mécanismes de Market Access, de référencement, de prix et de remboursement.
- Élaborer des stratégies de Pricing et des Business Cases adaptés aux marchés pharmaceutiques.
- Exploiter la Data, le CRM, l'Analytics et l'IA pour améliorer la performance marketing.
- Construire et piloter des stratégies de lancement et de Go-to-Market performantes.
- Élaborer une stratégie marketing intégrée permettant de développer durablement les activités pharmaceutiques et parapharmaceutiques.

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Directeurs marketing, responsables marketing et chefs de produit des laboratoires pharmaceutiques.
- Responsables marketing et commerciaux des entreprises de parapharmacie et de produits de santé.
- Product Managers, Brand Managers et responsables Portfolio.
- Responsables Medical Marketing, Medical Affairs et information scientifique.
- Responsables Market Access, Pricing, Remboursement et Affaires Publiques.
- Responsables commerciaux, Trade Marketing et développement des réseaux de pharmacies.
- Responsables Digital Marketing, E-commerce, CRM et Customer Experience dans le secteur de la santé.
- Responsables communication, Brand Content et réputation des entreprises pharmaceutiques.
- Responsables réglementaires, conformité, qualité et affaires pharmaceutiques souhaitant comprendre les enjeux marketing.
- Pharmaciens, responsables d'officines et professionnels impliqués dans la commercialisation des produits de santé.
- Responsables Data, Analytics et transformation digitale des industries pharmaceutiques.
- Consultants et agences spécialisées en marketing, communication et stratégie dans le secteur de la santé.
- Dirigeants et managers d'entreprises pharmaceutiques, parapharmaceutiques et de distribution de produits de santé.
- Professionnels souhaitant développer une stratégie de croissance combinant conformité, digital, innovation et accès au marché.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / FONDAMENTAUX DU MARKETING PHARMACEUTIQUE ET PARAPHARMACEUTIQUE

- Comprendre les spécificités du marketing des médicaments, produits de santé et produits de parapharmacie.
- Identifier les contraintes réglementaires, éthiques et commerciales propres au secteur.
- Analyser l'évolution des comportements des patients, professionnels de santé et consommateurs.

2 / ANALYSE DU MARCHÉ ET SEGMENTATION DES CLIENTÈLES

- Analyser les marchés pharmaceutiques, OTC, dispositifs médicaux et produits de parapharmacie.
- Segmenter les patients, consommateurs, professionnels de santé, pharmacies et distributeurs.
- Identifier les opportunités de croissance, niches thérapeutiques et segments à fort potentiel.

3 / POSITIONNEMENT ET PROPOSITION DE VALEUR DES PRODUITS DE SANTÉ

- Construire un positionnement différenciant pour les médicaments, produits OTC et références de parapharmacie.
- Définir une proposition de valeur fondée sur l'efficacité, la sécurité, la qualité et l'expérience utilisateur.
- Adapter le positionnement aux attentes des professionnels de santé et des consommateurs.

4 / RÉGLEMENTATION, CONFORMITÉ ET ÉTHIQUE DU MARKETING PHARMACEUTIQUE

- Maîtriser les principes de conformité applicables à la promotion et à la communication des produits de santé.
- Identifier les restrictions relatives aux allégations, à la publicité, à l'information médicale et aux pratiques commerciales.

Maroc Performance

- Prévenir les risques de non-conformité, de communication trompeuse et de greenwashing ou healthwashing.

5 / MARKETING AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ

- Concevoir des stratégies de communication adaptées aux médecins, pharmaciens et autres professionnels de santé.
- Structurer les dispositifs de Medical Marketing, information scientifique et engagement professionnel.
- Développer des approches omnicanales respectant les exigences réglementaires et déontologiques.

6 / MARKETING DIGITAL ET PHARMACEUTICAL CONTENT

- Développer une stratégie digitale adaptée aux contraintes spécifiques de l’industrie pharmaceutique.
- Concevoir des contenus pédagogiques, scientifiques et informationnels à forte valeur ajoutée.
- Exploiter les réseaux sociaux, moteurs de recherche, plateformes spécialisées et contenus vidéo.

7 / E-COMMERCE, PARAPHARMACIE DIGITALE ET PHARMACIE EN LIGNE

- Comprendre les opportunités et contraintes du commerce électronique des produits de santé et de parapharmacie.
- Optimiser l’expérience digitale, le référencement et les parcours de conversion dans un environnement réglementé.
- Développer des stratégies de distribution omnicanale associant pharmacies, plateformes et canaux digitaux.

8 / BRANDING ET COMMUNICATION DES MARQUES PHARMACEUTIQUES

- Construire une identité de marque crédible, rassurante et différenciante dans le secteur de la santé.
- Développer le Brand Content, le storytelling scientifique et la pédagogie de marque.
- Renforcer la confiance et la reconnaissance de la marque auprès des différentes parties prenantes.

9 / STRATÉGIE OTC, AUTOMÉDICATION ET PARAPHARMACIE

Maroc Performance

- Développer le marketing des produits OTC et des solutions accessibles sans prescription dans le respect du cadre applicable.
- Construire des stratégies de merchandising et d’activation adaptées aux pharmacies et réseaux de distribution.
- Stimuler la demande tout en maintenant une communication responsable et fondée sur des informations fiables.

10 / ACCÈS AU MARCHÉ ET MARKET ACCESS

- Comprendre les mécanismes de Market Access et les conditions d’accès des produits de santé aux différents marchés.
- Analyser les enjeux de prix, remboursement, référencement, négociation et financement des produits.
- Construire une stratégie d’accès au marché adaptée aux autorités, payeurs, établissements et réseaux de distribution.

11 / PRICING, REMBOURSEMENT ET STRATÉGIE COMMERCIALE

- Élaborer une stratégie de prix intégrant concurrence, valeur thérapeutique, coûts et capacité de paiement.
- Analyser les mécanismes de remboursement, de prise en charge et de référencement selon les marchés.
- Construire des Business Cases permettant d’arbitrer les stratégies de lancement et de commercialisation.

12 / DATA MARKETING, CRM ET PERSONNALISATION

- Exploiter les données commerciales, digitales et comportementales pour améliorer la connaissance des clients.
- Déployer des stratégies CRM adaptées aux professionnels de santé, pharmacies et consommateurs.
- Utiliser l’IA et l’Analytics pour personnaliser les campagnes et optimiser la performance marketing.

13 / LANCEMENT DE PRODUITS ET STRATÉGIE D’ACCÉLÉRATION COMMERCIALE

- Construire un Go-to-Market complet pour le lancement de médicaments, OTC ou produits de parapharmacie.
- Coordonner Marketing, Médical, Réglementaire, Commercial, Market Access et Distribution.
- Mettre en place des KPI permettant de mesurer l’adoption, la pénétration et la performance du lancement.

Maroc Performance

14 / STRATÉGIE MARKETING INTÉGRÉE ET DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ PHARMACEUTIQUE

- Élaborer une stratégie marketing intégrant conformité, digital, innovation, distribution et accès au marché.
- Construire un plan d’action omnicanal permettant d’accélérer durablement la croissance des marques.
- Piloter la performance, la réputation et l’expansion des activités pharmaceutiques et parapharmaceutiques.

Approche pédagogique

- ✔ Support Ecrit et Projection
- ✔ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✔ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✔ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✔ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✔ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

08 au 19 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 16 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
31 Mai au 11 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
26 Juil. au 06 Août 2027	Présentiel - Casablanca
20 Sep. au 01 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance