

Programme digital 2023

Marketing pharma : comment engager ses clients dans un monde digital ?

Médias Sociaux : se lancer et optimiser sa présence

Comment intégrer le marketing d'influence dans ma stratégie ?

Gagner en visibilité avec le digital média

PRE REQUIS : toutes personnes travaillant dans l'univers de la santé

Marketing pharma : comment engager ses clients dans un monde digital ?

Session 1 : 2 et 4 mai de 9h30 à 12h30 ou **Session 2 :** 14 et 16 novembre de 9h30 à 12h30

Tarif : 1 200 € HT - 6 heures de formation (2 fois x 3 heures)

PROGRAMME

Les fondamentaux du marketing digital pharma, Assets digitaux : bonnes pratiques et benchmark

Déployer une stratégie omnicanale efficace, La data au service du marketing

Les incollables du digital média, La technologie au service du marketing : Intelligence artificielle, gamification, IoT...

OBJECTIFS DE LA FORMATION : Savoir définir une stratégie marketing digital, déployer les bons assets digitaux et intégrer des stratégies omnicanales au service du produit et de l'excellence opérationnelle

Médias Sociaux : se lancer et optimiser sa présence

Session 1 : 2 et 4 mai de 9h30 à 12h30 ou **Session 2 :** 14 et 16 novembre de 9h30 à 12h30

Tarif : 1 200 € HT - 6 heures de formation (2 fois x 3 heures)

PROGRAMME

Panorama des médias sociaux, Usages dans le monde de la santé

Etat des lieux des médias sociaux chez les industriels de santé, Bonnes pratiques par plateformes sociales, Investir de nouveaux territoires : Instagram et TikTok

OBJECTIFS DE LA FORMATION : Comprendre les médias sociaux, les usages, les nouveaux territoires à exploiter et les opportunités pour la pharma (communication, marketing produit ou environnement, RH...) et acquérir de bonnes pratiques

Comment intégrer le marketing d'influence dans ma stratégie ?

Session 1 : 18 avril de 9h30 à 12h30 ou **Session 2 :** 17 octobre de 9h30 à 12h30

Tarif : 800 € HT - 3 heures de formation

PROGRAMME

Décryptage et chiffres clés, Panorama des formats et objectifs, Tour d'horizon des influenceurs santé, Guide pratique pour déployer une campagne d'influence, Mesurer la performance d'une campagne

OBJECTIFS DE LA FORMATION : Comprendre le monde de l'influence et savoir déployer des campagnes engageantes au service de votre stratégie marketing ou communication

PR EDITIONS

Tour D2 – 17 bis, Place des Reflets
TSA 64567 - 92400 Courbevoie
+33 (0)1 73 20 50 15 - eberrebi@pharmaceutiques.com
www.pharmaceutiques.com
FOR 017 V2

RCS Nanterre B 389 273 962

SIRET : 389 273 962 000 65 00065

TVA intra FR01389273962

Numéro d'activité Prestataire de formation : 11 92 20869 92

FP Santé numérique 31/01/2023

Gagner en visibilité avec le digital média

Session 1 : 13 juin de 9h30 à 12h30 ou Session 2 : 12 décembre de 9h30 à 12h30

Tarif : 800 € HT - 3 heures de formation

PROGRAMME

Décryptage et chiffres clés

Panorama des leviers d'activation médias (display, social, DOOH, social...)

Définir son objectif média à partir de son objectif marketing/communication

Etapes clés d'une campagne média

Guide pratique sur les modes d'achats et offres

Mesurer la performance de vos campagnes

OBJECTIFS DE LA FORMATION : Comprendre les leviers d'activation média et savoir déployer des campagnes efficaces au service de votre stratégie marketing ou communication

Durée, lieu : Modules de 3 ou 6 heures au choix à distance en classe virtuelle

Tarif : 1 200 € HT/personne pour les sessions de 6 h et 800 € HT/personne pour les sessions de 3 h- Réduction possible à partir de 3 inscrits de la même société dans la même session

Modalités d'accès : bulletin d'inscription sur demande (eberrebi@pharmaceutiques.com)

Public : Tout public

Accessibilité : pour les personnes en situation de handicap, nous contacter

Encadrement : Emmanuelle Berrebi, Responsable pédagogique +33 (0)1 73 20 50 15
eberrebi@pharmaceutiques.com. Référent handicap : Hubert Blondeau
Sera animée par : Rémy TESTON, Consultant en transformation et stratégie digitale

Méthode pédagogique & modalités d'évaluation : Pédagogie interactive

Exposés et exercices en sous-groupe, les études de cas peuvent être construites à partir des informations transmises par les participants.

Tout au long de la formation des questions sont posées à l'ensemble des participants pour mesurer le niveau d'acquisition.

Remise d'un support au participant.

Evaluation sommative au travers d'un questionnaire tout au long de la formation

Evaluation de la formation par un quiz pour mesurer l'atteinte des objectifs

Evaluation à chaud sur le niveau de satisfaction par questionnaire

Evaluation à froid à la suite de la certification (entretien mail ou téléphone)

PR EDITIONS

Tour D2 – 17 bis, Place des Reflets
TSA 64567 - 92400 Courbevoie
+33 (0)1 73 20 50 15 - eberrebi@pharmaceutiques.com
www.pharmaceutiques.com
FOR 017 V2

RCS Nanterre B 389 273 962

SIRET : 389 273 962 000 65 00065

TVA intra FR01389273962

Numéro d'activité Prestataire de formation : 11 92 20869 92

FP Santé numérique 31/01/2023