

Passer du marketing produit au marketing client



Objectifs de la formation

L'industrie pharma et les équipes marketing sont largement organisées autour des enjeux de promotion produits. Afin de maintenir une part de voix impactante, il est important d'adresser de plus en plus les enjeux de vos clients. Pourquoi et comment faire ?



A qui s'adresse cette formation

- Equipes marketing et digitales



Les plus

- + Eveil : Le développement du marketing client s'appuie sur la connaissance clients
- + Les différentes façons de développer de la connaissance clients
- + Une approche qui s'inscrit dans vos modes de travail



Informations pratiques

- Durée de chaque module : 6 heures
- Formation en présentiel

Les fondamentaux

1

thèmes abordés

- ✓ Qu'est-ce que le marketing client versus le marketing produit ?
- ✓ Pourquoi ce n'est plus une option ?
- ✓ Comment collecter de la connaissance client ?

Développer la connaissance clients

2

thèmes abordés

- ✓ Développer la veille sur les réseaux sociaux
- ✓ Développer le questionnement via les équipes terrain
- ✓ Structurer la connaissance clients au sein de votre CRM

Exploiter la connaissance client

3

thèmes abordés

- ✓ Piloter les enjeux et besoins de mes clients
- ✓ Partager ces enjeux au sein de l'organisation
- ✓ Prioriser les enjeux à adresser pour atteindre vos objectifs

Déployer des projets

4

thèmes abordés

- ✓ Valider les problématiques avec les professionnels de santé
- ✓ Benchmarker et sélectionner les solutions (contenus, événements, services)
- ✓ Déployer un pilote et passer à l'échelle