



Sponsor

**CAP**
FIELD MARKETING PARTNER

1^{ère} édition

Save
the
Date

16 & 17
AVRIL
2019

La pharmacie de demain : Quelle stratégie de merchandising ?

1 CONFERENCES

2 WORKSHOPS

3 ESPACE EXPOSANTS

La pharmacie de demain : Quelle stratégie de merchandising ?

PROGRAMME	
8H00 – 8H30	Accueil des participants OUVERTURE des MMP/ Mme TRITAR Lamia, Gérante Iceberg Agency-Présidente et fondatrice ATPMC
8H30-9H45	Norchène BEN DAHMANE MOUELHI - Maître de Conférences IHEC de Carthage - Consultante TareK MARZOUKI- ISMT Consulting - consultant expert retail- Tunisie
 	Conférence : Merchandising en officine : Les ABC Qu'est-ce que le merchandising ? A quoi sert-il ? Est-il possible de parler de merchandising dans le cadre des officines ? Quelles sont les spécificités du merchandising en officine ?
9H45 –10H30	Laurent PERINO –DG Evolumerch-France
	Conférence : L'intérêt du merchandising comme levier de croissance en officine - Les attentes du consommateur sur le point de vente. - Les habitudes de consommation. - L'intérêt d'un parcours client réussi. - Les nouveaux types d'agencements.
10H30-11H00	Pause Café
11H00-11H45	Sébastien TOURÉ - Agence Cross-France
	Conférence : Lisibilité de l'offre et performance le merchandising ne coûte rien et fait gagner beaucoup » (démontrer aux pharmaciens et aux labos qu'un merch efficace se fait aisément, sans risque et en réduisant le nombre de produits exposés).
11H45-12H30	Eric PHÉLIPPEAU- Président de By Agency-France
	Conférence : Quand le packaging entre en action Quelles sont les bons usages du packaging ? Quelles sont les tendances packaging santé ? Comment faire du packaging un outil d'engagement clients à l'Officine ?
12H30-14H00	Pause Déjeuner
14H00-14H45	Frédéric PERODEAU - Fondateur Agence 5.5 - France
	Conférence : La pharmacie dans le monde du Retail 2.0 Au moment où le retail, comme toutes les activités économiques, passent à l'ère du numérique et du digital, qu'en est-il de la pharmacie? Une pharmacie est-elle un commerce comme un autre et doit elle, elle aussi s'adapter? Comment concilier les contraintes d'une pharmacie avec celle des « Shoppers 2020 »?
14H45-15H30	Salah ATTIA –Formateur et expert en distribution -Tunisie
	Conférence : La communication et la promotion des produits pharmaceutiques : spécificités et tendances Avec la fin du modèle blockbuster, l'arrivée à échéance de brevets, la forte concurrence des génériques, la concentration des acteurs, l'envolée des biotechs, les règles du jeu changent sur l'échiquier mondial de la pharma. Dès lors, la reconfiguration du marché pharmaceutique notamment l'émergence des médicaments de spécialité oblige les laboratoires à repenser leurs stratégies de communication et à adopter des nouvelles techniques et pratiques pour se repositionner et développer leurs activités

La pharmacie de demain : Quelle stratégie de merchandising ?

8H30-9H30	<p>Norchène BEN DAHMANE MOUELHI – Consultante Yacine MELLOULI- Consultant vente et marketing en industrie pharmaceutique</p>	8H30-9H30	Laurent PERINO - DG Evolumerch-France
 	<p>Workshop : Marketing pharmaceutique : Visions des laboratoires, Rôle des pharmaciens, Métier du VM...</p> <p>Pour certains le marketing se résumé au 4P... Qu'est est-il aujourd'hui ? L'approche de marketing classique a évolué. Il sera question dans cette conférence de parler dans un premier temps de l'évolution du marketing. Qu'en est-il du marketing pharmaceutique ? Est-ce que ce domaine a des spécificités ? Lesquelles ? Quelle est la place des laboratoires pharmaceutiques dans cet écosystème ? Quel est le rôle du pharmacien ? Que dois faire un visiteur médical ?</p>		<p>Workshop : Le trade marketing et l'animation du point de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les différents types de promotions. - Mise en place des promotions. - Les indicateurs de suivi.
9H30 -10H30	Frédéric PERODEAU - Agence 5.5 - France	9H30-10H30	Sébastien TOURÉ–Agence Cross-France
	<p>Workshop : Ajouter à votre compétence de pharmacien celle de commerçant</p> <p>Le pharmacien doit s'adapter à la demande des clients et développer la partie « parapharmacie ». Il doit imaginer la pharmacie comme un magasin classique. nous travaillerons ensemble « parcours client » du «patient/shopper ». tout en tenant compte des contraintes légales bien entendu</p>		<p>Workshop : Développer une stratégie merchandising efficace en pharmacies</p> <p>Planogrammes, PLV, vitrines, rôles des délégués, outils au service d'une vision business » : un atelier pour construire pas à pas ses solutions et son organisation merchandising.</p>
Pause café			
11H00-12H30	Eric PHÉLIPPEAU- Président de By Agency-France	11H00-12H30	Mejdi GADDOUCH - CEO Alidade - Tunisie
	<p>Workshop : Les étapes clés du parcours shopper</p> <p>A l'heure où tout s'organise autour de la notion du «patient-consommateur» nous analyserons les évolutions du parcours client vers la Pharmacie. Quelles sont les grandes étapes ? Quelles actions mettre en place ? Quels canaux d'informations mettre en œuvre ? Quelle communication développer ? Conquête et fidélisation, comment développer la préférence marque de l'Officine ?</p>		<p>Workshop : La Parapharmacie : Des produits et de services pour la santé et le bien-être du patient.</p> <p>Dans cet atelier seront présentées des chiffres clés du marché extraites de l'univers de données qu'Alidade a créé pour les produits parapharmaceutiques. Des idées d'optimisation de la disponibilité des produits et de l'expérience du client seront également évoquées. L'objectif est d'accompagner le pharmacien à mieux gérer cette gamme qui devient importante pour le patient et stratégique pour le pharmacien.</p>
Pause déjeuner			
13H30-15H00	Sébastien TOURÉ - CEO - Agence Cross-France	13H00-15H00	Frédéric PERODEAU - CEO - Agence 5.5-France
	<p>Workshop : Agencement de la pharmacie</p> <p>Comment optimiser l'efficacité et se créer un différenciation via le merchandising ? Les pharmaciens apprendront les règles de base pour organiser efficacité leur espace de vente, ainsi que des moyens de s'affirmer comme experts sur un univers particulier.</p>		<p>Workshop : Comment rendre chaque visite du délégué médical efficace à 100%</p> <p>Quelle valeur ajoutée pouvez-vous apporter aux pharmaciens? Rendez toutes vos visites efficaces en 1) fixant les bons objectifs 2) respectant les phases de la visites et 3) battissent une relation business avec le pharmacie. Nous travaillerons ensemble pour être sûre que chacune de vos vestes en pharmacie soit une visite constructive</p>
15H00-16H30	Chokri JERIBI –CEO-Jeribi Consulting Pharma-Tunisie	15H00-16H30	Hosni KRID GARGOURI - CEO Agence PI2R – Tunisie
	<p>Workshop : Marketing dans les officines en l'absence de statut OTC en Tunisie ?</p> <p>Le statut des médicaments OTC ou Over The Counter est un statut spécifique appliqué dans plusieurs pays dans le monde pour une catégorie de médicaments. Ils peuvent être conseillés par un Pharmacien, en l'absence d'ordonnance médicale . Ce statut facilite le développement de stratégie marketing appliquée à la gestion officinale mais aussi à la stratégie marketing des industriels pharmaceutiques ; En l'absence d'un tel statut en Tunisie, actuellement , comment les officinaux et les laboratoires pharmaceutiques procèdent et développent des stratégies et outils marketing, dans un secteur où la concurrence se développe de plus en plus</p>		<p>Workshop : La pharmacie et la parapharmacie à l'heure du digital : comment en tirer profit ?</p> <p>l'idée de développer les techniques/ les façons de faire pour utiliser le digital comme un levier de développement business : Présentation d'un état des lieux de la visibilité des pharmacies et parapharmacie en ligne</p>