

Специальная осенняя сессия

ФАРМБРЕНДЫ: МАРКЕТИНГ & PR. ВЛИЯНИЕ БРЕНДА НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

3 Октября 2014, Отель «Ренессанс Москва Монарх Центр»

Программа

09.00 – 10.00 Регистрация делегатов, утренний кофе, знакомство с коллегами.

10.00-10.10 Открытие конференции. Приветственное слово организаторов.

10.10-13.10 Сессия: «Маркетинг розничных брендов - розница и производители лицом к лицу»

Модератор: ГЕРМАН ИНОЗЕМЦЕВ, MBA, Главный редактор газеты «Фармацевтический Вестник», со-Председатель **РАФМ**

10.10-10.30 Сегментация розницы, как один из ключевых факторов для торгового маркетинга

- различия в потребностях покупателей в зависимости от формата аптек
- типы сетевых образований с точки зрения централизации процессов
- особенности поведения покупателей относительно категорий

АНДРЕЙ АБРУКИН, Руководитель отдела розничного маркетинга, **Такеда Фармасьютикалс**

10.30-10.50 Эффективное взаимодействие розница-производитель

ЕВГЕНИЯ ЛАМИНА, Директор по коммерции, «Ригла»

10.50-11.10 Быть или не быть специализированному аптечному филдфорсу?

ДМИТРИЙ ЩУРОВ, Директор по стратегическому планированию бизнеса, **Pfizer H.C.P. Corporation**

11.10-11.30 Фармацевт, влияющий на решение о покупке

ОКСАНА КРАСНЫХ, Руководитель отдела потребительского маркетинга, **НПФ «Материал Медика Холдинг»**

11.30-11.50 Кофе-пауза

11.50-12.10 Новые подходы к оценке работы с аптечными сетями. Повышение эффективности планирования

АНДРЕЙ ЛЕБЕДЕВ, Head of the Marketing Planning, **Boehringer Ingelheim**

12.10-12.30 Мерчендайзинг в аптеках. Объединение производителей для контроля аптечных сетей

КОНСТАНТИН ИСАНИН, Руководитель направления «Маркетинговый аудит и продвижение в аптечных сетях» **«НПО ФОРАФАРМ»**

Сайт конференции: <http://www.what.pharma-conf.ru/>

* Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.

12.30-12.50 Повышение эффективности службы медицинских представителей – Oracle CRM on Demand

НАТАЛЬЯ КОРЗАКОВА, Эксперт Центра Компетенции по Облачным продуктам в части CRM и Управления Клиентским опытом (CX) компании **Oracle**

АЛЕКСАНДР БОЛОТОВ, Основатель и ведущий консультант, «ГетСиЭрЭм»

СЕРГЕЙ СЕРКИН, Руководитель отдела по управлению эффективностью полевых сил, «Валента Фарм»

12.50-13.10 Цифровой маркетинг и анализ больших данных в фармацевтическом бизнесе

АНТОН ИЩЕНКО, Основатель и владелец **Всероссийской аптечной справочной Apteki.su**, Директор интернет-агентства «КУБ», Руководитель Краснодарского «IT-парка»

13.10-13.40 Расширяем горизонты! «Новички» в фарминдустрии

Модератор: GERMAN ИНОЗЕМЦЕВ, MBA, Главный редактор газеты «Фармацевтический Вестник», со-Председатель РАФМ

HR –обзор: Как найти супер-маркетолога и rg-специалиста из фармы, не из фармы? Где искать? Как тестировать и интегрировать?

Работа с новичками: сопровождение, постановка задачи, погружение, обучение.

ЕЛЕНА МЕРЖАНОВА, Вице-президент по персоналу компании, **НоваМедика**

ОЛЕГ ФЕЛЬДМАН, Директор подразделения здравоохранения, **Synovate Comcon Healthcare**

ИГОРЬ КЛИМАНОВ, Директор по маркетингу, «НПО Петровакс Фарм»

13.40-14.30 Обед

14.30-15.20 ФОКУС-ТЕМА: «Влияние корпоративного бренда на продвижение продуктовых брендов»

Модератор: ГЛЕБ СМИРНОВ, Генеральный директор, **Группа компаний «Алмаз»**

14.30-15.00 **В фокусе!** Маркетинг через обучение - современный тренд фармацевтического рынка.

- Психология в бизнесе: барьеры восприятия классических маркетинговых акций или зачем маркетологи обращаются за помощью в тренинговые компании.
- Действия "по аналогии": как работает подход «Маркетинг через обучения» в других сегментах бизнеса - разбор практических кейсов.
- Маркетинг через обучение на фармацевтическом рынке: кого учить, как учить и зачем учить? - разбор практических кейсов ведущих игроков рынка.

Дискуссия: Сколько проживет «Маркетинг через обучение» и сколько это стоит?

ГЛЕБ СМИРНОВ, Генеральный директор, **Группа компаний «Алмаз»**

Сайт конференции: <http://www.what.pharma-conf.ru/>

* Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.

15.00-15.20 Коммуникационная стратегия в условиях высококонкурентных рынков: как сформировать преимущество в информационном поле.

ЕКАТЕРИНА АРТЕМЬЕВА, руководитель PR-отдела, **Группа компаний «Герофарм»**

15.20-17.20 ЛАБОРАТОРИЯ СТРАТЕГИЙ: Новое поколение потребителей и новое поколение врачей и фармацевтов: как находить общий язык?

Модератор: ИГОРЬ КЛИМАНОВ, Директор по маркетингу, **«НПО Петровакс Фарм»**

15.20-15.40 Врач или пациент: кто важнее для OTC портфеля? Кто принимает решение о покупке препарата?

АРИЭЛЬ БОРИСОВ, Директор по маркетингу, **Замбон Фарма**

15.40-16.00 «Опыт – сын ошибок трудных». С чем представители фарм.компаний приходят сегодня в аптеку и кого ждет аптека? Новые требования к представителю в условиях ограничения доступа и перегрузки информацией?

ГАЛИНА КОЛОМНИКОВА, руководитель аптечного департамента, **Гедеон Рихтер**

16.00-16.20 **Взгляд HR!** Что важно для людей нового поколения. Проблемы и решения.

ЕЛЕНА МЕРЖАНОВА, Вице-президент по персоналу компании **НоваМедика**

16.20-16.40 Кофе-пауза

16.40-17.00 **Поведенческая экономика!** Мониторинг отношения потребителей к формированию здорового образа жизни: поиск инсайтов для маркетинговых коммуникаций

ЮЛИЯ СОЛОВЯНЕНКО, Руководитель проектов **Synovate Comcon**

17.00-18.00 SMART ФАРМ КЛУБ: Уровни личностной эволюции человека как основа потребительской мотивации.

В фокусе! Почему богатые люди продолжают покупать дешевые продукты? Кого пугают акции «подарок за покупку»? Для кого важнее индивидуальность? А кто хочет быть «как все»? Оказывается, далеко не всегда одинаковые социально-демографические характеристики означают единую мотивацию... А еще есть биологическое наследие - «программы животного мира» в наших потребителях ... и в нас самих))

Warning! Нестандартная тематика. Только для тех, кому действительно интересно.

СТАНИСЛАВ РЕШЕТНИКОВ, Директор по маркетингу, **ОАО «Отисифарм»** (ранее – OTC-подразделение **Фармстандарт**)

18.30 Подведение итогов. Завершение конференции.