Oggetto: MASTER DI ALTA FORMAZIONE IN INFORMATORE MEDICO SCIENTIFICO – PROMOZIONE 2020 –

Salerno Formazione , società operante nel settore della didattica, della formazione professionale e certificata secondo la normativa UNI EN ISO 9001:2008 settore EA 37 per la progettazione ed erogazione di corsi di formazione professionale e di master di alta formazione professionale, organizza il MASTER IN INFORMATORE MEDICO SCIENTIFICO.

Gli informatori scientifici del farmaco, ampiamente definiti come "Medical Sales Representatives" o “Medical Sales Reps”, sono un collegamento chiave tra aziende mediche e farmaceutiche e operatori sanitari.

In qualità di medical representative, il professionista venderà i prodotti della sua azienda, che comprendono farmaci, farmaci da prescrizione e dispositivi medici, a una varietà di clienti tra cui medici generici (medici di base), medici ospedalieri, farmacisti e infermieri. Lavorerà strategicamente per aumentare la consapevolezza e l'utilizzo dei prodotti farmaceutici e medici della sua azienda.
È probabile che si troverà in una posizione geografica specifica e si specializzerà in un particolare prodotto o area medica. Potrebbe essere necessario effettuare presentazioni e organizzare eventi di gruppo per operatori sanitari, nonché lavorare con i contatti su base individuale.

In qualsiasi contesto, il processo di vendita comporta il contatto con potenziali clienti, l'identificazione dei loro bisogni, la persuasione che i propri prodotti o servizi (piuttosto che quelli dei concorrenti) possono soddisfare al meglio tali esigenze, chiudendo la vendita, concordando i termini e le condizioni e fornendo un’assistenza post-vendita.

In qualità di informatore medico scientifico del farmaco, bisognerà:

- Organizzare appuntamenti con medici, farmacisti e squadre mediche ospedaliere, che possono includere appuntamenti prestabiliti o chiamate dirette regolari;
- Fare presentazioni a medici, operatori e infermieri in ambulatori di medicina generale, medici ospedalieri e farmacisti nel settore della vendita al dettaglio;
- Organizzare conferenze per medici e altro personale medico;
- Costruire e mantenere rapporti di lavoro positivi con il personale medico e supportare il personale amministrativo;
- Gestire i budget per i relatori esterni, le conferenze e l'ospitalità;
- Mantenere registrazioni dettagliate di tutti i contatti;
- Raggiungere e, se possibile, superare gli obiettivi di vendita annuali;
- Conquistare nuovi clienti e sviluppare relazioni a lungo termine con quelli esistenti;
- Pianificare gli orari di lavoro e gli orari settimanali e mensili con il team di vendita dell'area e discutere obiettivi futuri con il sales representative dell'area;
- Partecipare regolarmente a riunioni aziendali, presentazioni di dati tecnici e briefing;
- Tenersi aggiornati con gli ultimi dati clinici forniti dalla società e interpretare, presentare e discutere questi dati con gli operatori sanitari durante le presentazioni;

- Analizzare i dati di vendita per migliorare i risultati e assicurarsi che le risorse siano effettivamente allocate;
- Monitorare l'attività della concorrenza e i prodotti della concorrenza;
- Tenersi aggiornati con i nuovi sviluppi nel Servizio Sanitario Nazionale, anticipare i potenziali impatti negativi e positivi sul business e adattare di conseguenza la strategia;
- Sviluppare strategie per aumentare le opportunità di incontrare e parlare con i contatti nel settore medico e sanitario;
- Rimanere informato sulle attività dei servizi sanitari in una particolare area.

Il mondo farmaceutico sta attraversando una fase complessa di profonda trasformazione che vede, oltre i farmaci, soprattutto i fitofarmaci e nutraceutici, i principali protagonisti del monopolio del mercato.

Il cambiamento della figura del medico , dei Farmacisti, la nuova fi gura del paziente informato ed al centro di ogni azione di marketing, il nuovo approccio delle aziende farmaceutiche ,l' introduzione di tecniche web di visibilità, ha creato per l'informatore la necessità di nuove competenze e nuovi modelli di approccio.

Alla luce di questa evoluzione diversa, ma non per questo poco stimolante, il "nuovo isf" deve possedere determinate competenze per affermarsi, in modo efficiente e professionale, in un mercato sempre piu' competitivo.

L'obiettivo del corso è far acquisire al professionista, le giuste competenze per affrontare il nuovo mercato farmaceutico con tecniche vincenti, modelli comunicativi innovativi, capacita' manageriali e conoscenze di marketing, per affrontare, già preparato, il cambiamento attuale e poterlo gestire in maniera piu' facile, rapida e stimolante. Avere la possibilità di includere al curriculum un master ricco di competenze e nozioni per differenziarsi ed emergere nella nuova figura di informatore scientifico innovativo. Acquisire un'idoneità a svolgere l'informazione a distanza ruolo sempre più richiesto dalle aziende farmaceutiche.

DATA INIZIO LEZIONI: 18 SETTEMBRE 2020

DURATA E FREQUENZA: Il master avrà la durata complessiva di 50 ore. Il master si svolgerà presso la sede della Salerno Formazione con frequenza settimanale per circa n. 3 ore lezione.

E' POSSIBILE SEGUIRE LE LEZIONI, OLTRE CHE IN AULA, ANCHE IN MODALITA' E.LEARNING – ON.LINE.

E' prevista solo una quota d' iscrizione di €. 350,00 per il rilascio del **DIPLOMA DI MASTER DI ALTA FORMAZIONE PROFESSIONALE DI PRIMO LIVELLO IN "INFORMATORE MEDICO SCIENTIFICO"**

DESTINATARI: Il master è a numero chiuso ed è rivolto a n. 16 persone in possesso di laurea triennale e/o specialistica.

PER L'ISCRIZIONE: BISOGNA SCARICARE IL MODULO DI ISCRIZIONE DAL NOSTRO SITO WEB: www.salernoformazione.com
ed inviare la modulistica compilata con i documenti richiesti in uno dei seguenti modi:

- **FAX: 089.2960483**
- **EMAIL: salernoformazione@libero.it**

- **WhatsApp: 338.3304185**

CHIUSURA ISCRIZIONI: ENTRO E NON OLTRE IL 31/08/2020 E/O RAGGIUNGIMENTO DI MASSIMO 16 ISCRITTI

PROGRAMMA DI STUDIO:

MODULO 1 – L'INFORMAZIONE SUI FARMACI AD USO UMANO

- Aspetti Contrattuali
- Aspetti Normativi
-

MODULO 2 – ARGOMENTI PROFESSIONALI

- La Farmacovigilanza
- Aspetti Normativi
- La Segnalazione degli effetti avversi
- I Campioni dei Farmaci: La Normativa
- Aspetti Pratitci: Trasporto, Conservazione e Smaltimento dei Farmacisti

MODULO 3 - IL MONDO DEL FARMACO

- PTN (prontuario terapeutico nazionale)
- Classificazione dei farmaci e ricetta medica
- Farmaci biologici
- Farmaci generici e concetto di bioequivalenza
- Farmaci biosimilari
- Farmaci senza obbligo di prescrizione: otc e sop
- Farmaci omeopatici
- Farmaci del "benessere" (integratori, nutraceutici, fi tofarmaci)
- Andamento del mercato degli integratori

MODULO 4 - EVOLUZIONE DEL MERCATO FARMACEUTICO

- L'avvento dei medicinali generici : l'impatto delle scadenze brevettuali
- La ricerca degli anni '70 e '80: i grandi blockbuster
- L'insufficienza delle risorse: misure di contenimento della spesa farmaceutica
- La domanda di nuove terapie
- La partnership come nuovo modello di business

MODULO 5 - IL MERCATO FARMACEUTICO

- Definizione e principi del "mercato"
- Definizione del concetto di marketing: le 4 P
- Il bene "salute" come bene di mercato: differenze e peculiarita'
- Le leve della promozione
- La segmentazione nel mercato farmaceutico
- Target E Targeting

- Segmentazione dei target: i diversi criteri
- Concetto di “posizionamento”: i criteri e le strategie da applicare
- L’analisi swot come strumento di pianificazione strategica

MODULO 6 - COMUNICAZIONE E TECNICHE DI VENDITA

- Le quattro cose da sapere per presentare il proprio farmaco al medico
- Cos’è la “comunicazione effi cace”
- La tecnica CVB: caratteristiche-vantaggi-benefi ci
- Esempi di tecniche CVB
- Cos’è e come si effettua un’intervista: la tecnica A.I.D.A.
- L’intervista secondo l’isf e secondo il medico: differenze
- Richiesta prescrittiva: come effettuarla?
- Frasi “killer” della vendita: mai dire…
- Gestione delle obiezioni
- Gestione di un multitasking
- Gestione dell’informazione di un farmaco e di un nutraceutico: differenze
- L’importanza del lavoro in team (video)

MODULO 7 – PREZZO E DISTRIBUZIONE DEI FARMACI

- Il prezzo dei farmaci in Italia
- La distribuzione diretta dei Farmaci
- La distribuzione per Conto dei Farmaci
- La distribuzione del primo ciclo terapeutico
- La catena distributiva dei farmaci
- La distribuzione intermedia dei Farmaci
- La distribuzione finale dei Farmaci

MODULO 8 – L’ETICA PROFESSIONALE

- L’ Etica
- Il Codice Etico
- Il Codice Etico Farmindustria

MODULO 9 - INDICATORI DI ATTIVITA’

- Portafoglio medici: media visite e media visite ponderata
- Copertura e frequenza
- Ciclo di attivita’ e turno

MODULO 10 - COMPETENZE INFORMATORE REMOTO

- Competenza e Attitudine dell’Informatore Remoto
- Preparazione scientifica e predisposizione alla sinergia tra telefono e web
- Tecniche di relazione con utilizzo del multichannel
- Trasmettere competenze ed empatia a distanza

MODULO 11 - MODELLI E TECNICHE DELL'INFORMATORE REMOTO

- Maneggevolezza e conoscenza approfondita dei modelli di call guide e call script
- Perché i call guide e i call script sono alla base di un'attività di informatore remoto
- I successi grazie a modelli di script e guide curati seguiti e penetranti
- Quando come e perché utilizzare le frecce del Multichannel
- Dettagli delle azioni del Multichannel, web call, video share, video meeting: per consentire all'ISF remoto di ingaggiare il medico nel percorso scientifico
- Tecniche per conoscere capire ed agire sui bisogni e le necessità del nostro medico
- Importanza della piattaforma CRM
- Dimestichezza ed operatività del CRM Informatico
- Il risultato vincente solo con la sinergia del Multichannel Farmaceutico
- Conoscere ed applicare tutte le leggi, le norme, le certifi cazioni, gli obblighi.

Per ulteriori informazioni e/o per le iscrizioni, è possibile contattare dal lunedì al sabato dalle ore 9:00 alle 13:00 e dalle 16:00 alle 20:00 la segreteria studenti della Salerno formazione ai seguenti recapiti telefonici 089.2960483 e/o 338.3304185.

SITO WEB: www.salernoformazione.com