

【日本総研 製薬業向けビジネスセミナー】

CLM(Closed-Loop Marketing)セミナー

マーケティングとセールスのコンフリクト解決へのアプローチ ～CLMによるマーケティングプロセスの再考～

開催趣旨

国内医薬品業界は大型M&Aが一段落したものの、次なる競争・淘汰の時代を迎えています。医療費削減を主眼に置いた度重なる薬価基準の引き下げ、ジェネリック薬品拡大への誘導政策、新薬の治験・承認の迅速化など、国内医薬品業界は、世界規模の大きなうねりの渦中にあります。多数の医薬品が特許切れを迎える2010年には市場環境が一変する可能性もあり、グローバル競争の激化は不可避な状況です。研究開発費・MR数で劣る国内医薬品メーカーがグローバル競争に勝ち抜くためには、医師のニーズを的確に把握し、日々の営業に活かすマネジメントの体制強化が必須です。本セミナーでは、マーケティングおよびセールスの連携をテーマに、近年クローズアップされてきたCLM (Closed-Loop Marketing) の考え方や事例を取り入れながら、新たなマーケティングプロセス構築の提言を行います。

日 時	2008年12月11日 (木) 13:30～17:00
会 場	株式会社日本総合研究所 (東京都千代田区一番町16番)
対 象	製薬メーカー マーケティング部門、営業企画部門、営業部門 のマネージャー・スタッフの方々
定 員	先着50名
受講料	お一人様10,500円 (消費税込)
主催・後援	主催：株式会社日本総合研究所

プログラム

13:30-15:00 講演 MR活動の現状と課題 / 本来のプロダクトマネジメントのあり方

株式会社日本総合研究所 総合研究部門 ディレクター 木下輝彦

SOV (Share of Voice) からSOM (Share of Mind) へのMRの活動パラダイム変化に対し、MRはどのように行動を変えるべきか、どんな課題に直面しているのか。また、ディテリングの質を高めるために、プロダクトマネージャーはより医師のニーズに即した効果的な情報・メッセージをどのように作成し提供すべきか。そのポイントを解説いたします。

15:10-16:10 講演 CLMのコンセプトと方法論

株式会社日本総合研究所 総合研究部門 主任研究員 加藤彰

近年欧米大手製薬メーカーにおいては「SFE」から「Closed-Loop Marketing」へとマーケティングプロセスの変化が進んでいます。そのコンセプトと方法論の概説と、CLM導入以前にすべきHomeWorkについてお話いたします。

16:20-16:50 講演 CLMの事例紹介

株式会社日本総合研究所 総合研究部門 主任研究員 西田直基

「Closed-Loop Marketing」を導入し、成果を上げている先進事例を紐解きながら、その導入背景およびエッセンスをご紹介いたします。

16:50-17:00 質疑応答

申込要領

弊社Webサイトの所定フォームからお申しいただくか、受講申込書をFAXにてお送りください。後日、受講者様宛に受講票および請求書を郵送致します。尚、1週間経過しても請求書がお手元に届かない場合は、下記申込照会担当までご連絡下さいますよう宜しくお願い致します。

受講料金は必ずセミナー開催当日までにお振込いただきますようお願い申し上げます（振込手数料は貴社負担にてお願い致します）。当日現金によるお支払いはお受けできません。原則として、領収書の発行は致しかねますのでご了承ください。

お申込後の取消し・受講料の払い戻しはお受けできません。お申込者のご都合がつかない場合は、代理の方のご出席をお願い致します。

セミナー当日は受講証をご持参のうえ、受付にてご提示下さい。

セミナー会場においては、ビデオ・カセット・カセットテープレコーダー・MD等による撮影や録音は固くお断りします。

受講料(含飼料代・消費税)	申込照会先	受講料お振込先
一名様につき 10,500円 (本体価格10,000円)	(株)日本総合研究所 総合研究部門 TEL 06-6243-4650 内容照会：西田 申込照会：吉川	三井住友銀行 東京営業部 当座預金 No.260118 株式会社 日本総合研究所 〒100-0001 東京都千代田区有明1-1-1