

Notre expertise : secteur Santé



Aujourd'hui toutes les entreprises dans la santé sont confrontées à un marché en pleine évolution.

Le secteur de la santé est en plein bouleversement et ce depuis plusieurs années. Tout s'accélère.

Les raisons en sont :

- produits matures,
- déremboursements,
- génériques,
- pression des acteurs de santé,
- image dégradée des laboratoires pharmaceutiques auprès des praticiens et du grand public,
- glissement du marché vers l'officine...

Le mot d'ordre aujourd'hui est le « parcours de soin du patient ». Pour cela les laboratoires s'engagent dans le suivi de l'observance des patients et doivent se réorganiser pour y répondre (en sortie d'hôpital, en relai chez les praticiens en ville, en disponibilité des produits et suivi à l'officine, dans le respect des accords pris avec les ARS). Enfin, l'évolution des comportements et des attentes des acteurs de santé (MG, SPE, Titulaires, Pharmaciens acheteurs à l'hôpital, etc) font que « les méthodes d'hier, sur les marchés d'aujourd'hui font les échecs de demain ».

En conséquence, nombreux sont les constats actuels comme la réduction drastique et parfois violente de pans entiers de réseaux de visiteurs médicaux, la ré-organisation totale de certains laboratoires, l'évolution de tous les métiers (Délégués médicaux, délégués pharmaceutiques, délégués hospitaliers, DR, marketing, grands comptes), les changements de systèmes de rémunération avec des primes bien moins généreuses et qui contribuent

à une démotivation générale.

1. Comment aller chercher de la Part de marché sur des marchés globalement à faible croissance et en situation concurrentielle forte ?
2. Comment réussir ses lancements sur des marchés déjà très occupés ?
3. Comment continuer à motiver les équipes ?
4. Comment piloter ces nouvelles équipes vers des objectifs stratégiques précis et ambitieux ?
5. Comment intéresser différemment les interlocuteurs prescripteurs/acheteurs ?

Pour réussir, il est aujourd'hui indispensable de renforcer la professionnalisation des collaborateurs sur leurs nouveaux métiers et la synergie indispensable entre les différents métiers.

La diversité des acteurs de la santé

- Les laboratoires pharmaceutiques de santé humaine avec des réseaux simples ou multiples en fonction de leur spécialités :
 - Visite médicale (APM) ville et hôpital
 - Délégués pharmaceutiques, formateurs, animateurs du point de vente
 - Grands comptes
- Les laboratoires pharmaceutiques de santé animale
- Les entreprises de DM : Dispositifs médicaux (matériel de bloc, optique, dentaire, etc)
- Les entreprises de matériel médical (scan, stérilisation, etc)
- Les groupements de pharmaciens nationaux et régionaux
- Les grossistes (répartiteurs)
- Les acteurs de santé publique nationaux et régionaux (ARS)

Quelques exemples de missions :

- Comment passer d'une visite relationnelle à une vente d'expertise ?
- Comment lancer un produit en situation concurrentielle forte avec une vente assertive ?
- Comment convaincre des prescripteurs de changer leurs habitudes ?
- Comment adapter son discours au profil de son interlocuteur ?
- Comment accompagner les pharmaciens dans le maintien de leurs CA et marges ?
- Comment passer d'une vente de produit à une vente de solution à valeur ajoutée ?
- Comment passer du sell in au sell out en pharmacie ?
- Comment être plus assertif ?
- Comment structurer sa démarche à l'hôpital ?
- Comment mieux gérer son temps pour être plus efficace ?
- Comment intégrer les outils digitaux dans sa démarche ?
- Comment faire évoluer les chefs de produits vers du trade marketing ?
- Quels outils de communication pour favoriser la synergie entre les acteurs internes ?
- Comment travailler son approche commerciale face à la professionnalisation des achats ?

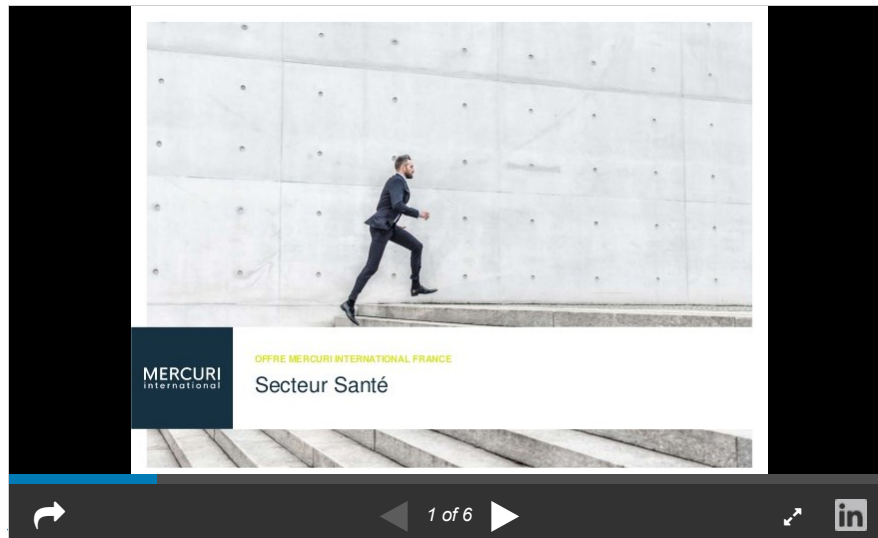
- Comment mettre en place et réussir son approche grands comptes ?
- Comment vendre son prix et défendre ses marges ?
- Comment concentrer ses efforts sur les bonnes opportunités à l'hôpital ?
- Comment soutenir et présenter un projet en mode « Impactant » ?
- Comment piloter l'activité de son équipe efficacement ? Comment mettre en place un plan d'encadrement ?
- Comment manager son équipe en s'adaptant à chacun ?
- Comment développer la cohésion de son équipe ?
- Comment développer ses solutions à l'international ?



Béatrice Dejoie

Expert Segment

contact@mercurifr.com



[Télécharger Offre Santé](#)

POUR EN SAVOIR PLUS, CONTACTEZ-NOUS !

Chaque année et dans plus de 50 pays, Mercuri International aide les sociétés à atteindre l'excellence commerciale. Nous accompagnons nos clients, à la fois localement, et travers le monde, avec des solutions sur mesure, doublées de l'expertise sectorielle. Nous générons de la croissance à travers les Hommes, en leur mettant à disposition les outils et les process, qui leur permettent de répondre aux enjeux commerciaux.

[Notre processus d'intervention](#)

[Une expertise reconnue](#)

[Politique de](#)

[confidentialité](#)

[Code de conduite Mercuri International](#)

[EN SAVOIR PLUS](#)

Please upgrade to a [supported browser](#) to get a reCAPTCHA challenge.

[Why is this happening to me?](#)