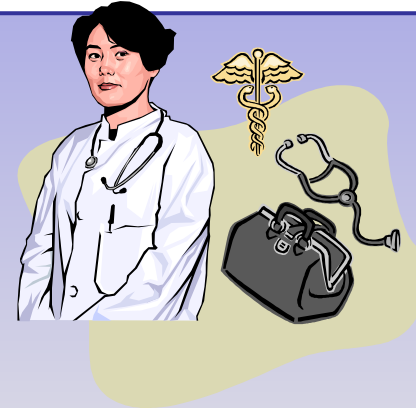


Effacité de la force de vente – Produits pharmaceutiques

SEGMENTATION DES MÉDECINS ET APPROCHE CIBLÉE

Nous pouvons identifier les médecins qui sont les plus susceptibles de prescrire un médicament donné. À l'aide de sources de données diverses, MCDS est en mesure de créer les profils d'ordonnance des médecins. Cette information ainsi que les données sur les visites de représentants et d'autres renseignements sur les médecins permettent d'élaborer des modèles de réponse qui serviront à optimiser vos territoires de vente et la stratégie de communication et de visite auprès des médecins. Notre approche tient compte d'autres facteurs :

- rentabilité d'une ordonnance;
- accessibilité du médecin;
- préférence des médecins (compagnies pharmaceutiques ou médicaments);
- formulaires et leur impact sur la capacité du médecin à prescrire certains médicaments;
- classement des médecins (innovateur, adopteur précoce, etc.);
- variété des médicaments utilisés.



Décidez de la taille de la force de vente nécessaire pour vendre un ensemble de médicaments au marché cible. Établissez la portée (nombre de médecins visités) et la fréquence des visites à chacun d'eux. Décidez combien de représentants consacrer aux cabinets médicaux, aux centres de pratique en groupe et aux hôpitaux.

OPTIMISATION DE LA FORCE DE VENTE

MCDS peut recommander la taille optimale de la force de vente qui vous permettra de commercialiser votre portefeuille de produits pharmaceutiques. Nous pouvons également délimiter des territoires de vente afin de maximiser et d'équilibrer la charge de travail par région : réduction des déplacements et optimisation des rencontres avec les médecins.

Nos consultants savent comment intégrer leur connaissance du terrain avec les données sur les clients et les marchés à l'aide d'outil d'analyse géographique qui permet d'optimiser le déploiement de la force de vente. Une telle analyse est indispensable dans le secteur pharmaceutique.

Réduisez les temps de déplacement et augmentez votre productivité.

- analyse des données relatives aux ventes et à la clientèle
- fréquence optimale des visites
- instauration de règles d'affaires
- répartition des territoires
- répartition des ressources
- création des « manuels » de territoire

EFFICACITÉ DE LA FORCE DE VENTE

MCDS peut vous aider à surveiller le rendement de votre force de vente grâce à l'analyse du résultat, de la fréquence et du moment des visites ainsi que des contacts avec d'autres médecins afin de préciser les répercussions de ces facteurs sur les ventes et de recommander l'application de changements, au besoin.

PROFILAGE DES PATIENTS ET DES CONSOMMATEURS

Le profilage des patients prend une importance grandissante, car les patients, mieux informés, remettent en question l'influence des médecins. Ainsi, le profil des patients et des consommateurs a pris une importance clé dans l'élaboration des plans de marketing de nombre de compagnies pharmaceutiques.

Grâce à sa grande expérience dans le profilage des consommateurs, MCDS peut vous aider à créer une base de données sur vos clients et à l'utiliser pour transmettre de l'information et commercialiser vos produits, tout en maximisant le rendement des sommes que vous avez investies dans vos activités de vente et de marketing.