



Marketing de l'Industrie Pharmaceutique et de la Parapharmacie : conformité, digital et accès au marché

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/marketing-de-lindustrie-pharmaceutique-et-de-la-parapharmacie-conformite-digital-et-acces-au-marche>

 DURÉE
10 jours (70h)

 RÉFÉRENCE
MAR113

 CATÉGORIE
**Marketing de la Santé,
Pharmacie et Silver
Economy**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Comprendre les spécificités, contraintes et opportunités du marketing pharmaceutique et parapharmaceutique.
- ✓ Analyser les marchés et segmenter efficacement les patients, consommateurs et professionnels de santé.
- ✓ Construire un positionnement et une proposition de valeur différenciante pour les produits de santé.
- ✓ Maîtriser les principaux enjeux de conformité, d'éthique et de communication dans le secteur pharmaceutique.
- ✓ Développer des stratégies de marketing et de communication adaptées aux professionnels de santé.
- ✓ Déployer une stratégie digitale et de Content Marketing adaptée à un environnement réglementé.
- ✓ Concevoir des stratégies e-commerce et omnicanales pour les produits de parapharmacie et de santé autorisés.
- ✓ Construire une identité de marque pharmaceutique crédible et renforcer la confiance des différentes parties prenantes.
- ✓ Maîtriser les stratégies OTC, automédication et activation commerciale en pharmacie.
- ✓ Comprendre les mécanismes de Market Access, de référencement, de prix et de remboursement.
- ✓ Élaborer des stratégies de Pricing et des Business Cases adaptés aux marchés pharmaceutiques.
- ✓ Exploiter la Data, le CRM, l'Analytics et l'IA pour améliorer la performance marketing.
- ✓ Construire et piloter des stratégies de lancement et de Go-to-Market performantes.
- ✓ Élaborer une stratégie marketing intégrée permettant de développer durablement les activités pharmaceutiques et parapharmaceutiques.

POUR QUI ?

- ✓ Directeurs marketing, responsables marketing et chefs de produit des laboratoires pharmaceutiques.
- ✓ Responsables marketing et commerciaux des entreprises de parapharmacie et de produits de santé.
- ✓ Product Managers, Brand Managers et responsables Portfolio.
- ✓ Responsables Medical Marketing, Medical Affairs et information scientifique.
- ✓ Responsables Market Access, Pricing, Remboursement et Affaires Publiques.
- ✓ Responsables commerciaux, Trade Marketing et développement des réseaux de pharmacies.
- ✓ Responsables Digital Marketing, E-commerce, CRM et Customer Experience dans le secteur de la santé.
- ✓ Responsables communication, Brand Content et réputation des entreprises pharmaceutiques.
- ✓ Responsables réglementaires, conformité, qualité et affaires pharmaceutiques souhaitant comprendre les enjeux marketing.
- ✓ Pharmaciens, responsables d'officines et professionnels impliqués dans la commercialisation des produits de santé.
- ✓ Responsables Data, Analytics et transformation digitale des industries pharmaceutiques.
- ✓ Consultants et agences spécialisées en marketing, communication et stratégie dans le secteur de la santé.
- ✓ Dirigeants et managers d'entreprises pharmaceutiques, parapharmaceutiques et de distribution de produits de santé.
- ✓ Professionnels souhaitant développer une stratégie de croissance combinant conformité, digital, innovation et accès au marché.



Programme détaillé

1 / FONDAMENTAUX DU MARKETING PHARMACEUTIQUE ET PARAPHARMACEUTIQUE

- Comprendre les spécificités du marketing des médicaments, produits de santé et produits de parapharmacie.
- Identifier les contraintes réglementaires, éthiques et commerciales propres au secteur.
- Analyser l'évolution des comportements des patients, professionnels de santé et consommateurs.

2 / ANALYSE DU MARCHÉ ET SEGMENTATION DES CLIENTÈLES

- Analyser les marchés pharmaceutiques, OTC, dispositifs médicaux et produits de parapharmacie.
- Segmenter les patients, consommateurs, professionnels de santé, pharmacies et distributeurs.
- Identifier les opportunités de croissance, niches thérapeutiques et segments à fort potentiel.

3 / POSITIONNEMENT ET PROPOSITION DE VALEUR DES PRODUITS DE SANTÉ

- Construire un positionnement différenciant pour les médicaments, produits OTC et références de parapharmacie.
- Définir une proposition de valeur fondée sur l'efficacité, la sécurité, la qualité et l'expérience utilisateur.
- Adapter le positionnement aux attentes des professionnels de santé et des consommateurs.

4 / RÉGLEMENTATION, CONFORMITÉ ET ÉTHIQUE DU MARKETING PHARMACEUTIQUE

- Maîtriser les principes de conformité applicables à la promotion et à la communication des produits de santé.
- Identifier les restrictions relatives aux allégations, à la publicité, à l'information médicale et aux pratiques commerciales.

- Prévenir les risques de non-conformité, de communication trompeuse et de greenwashing ou healthwashing.

5 / MARKETING AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ

- Concevoir des stratégies de communication adaptées aux médecins, pharmaciens et autres professionnels de santé.
- Structurer les dispositifs de Medical Marketing, information scientifique et engagement professionnel.
- Développer des approches omnicanales respectant les exigences réglementaires et déontologiques.

6 / MARKETING DIGITAL ET PHARMACEUTICAL CONTENT

- Développer une stratégie digitale adaptée aux contraintes spécifiques de l'industrie pharmaceutique.
- Concevoir des contenus pédagogiques, scientifiques et informationnels à forte valeur ajoutée.
- Exploiter les réseaux sociaux, moteurs de recherche, plateformes spécialisées et contenus vidéo.

7 / E-COMMERCE, PARAPHARMACIE DIGITALE ET PHARMACIE EN LIGNE

- Comprendre les opportunités et contraintes du commerce électronique des produits de santé et de parapharmacie.
- Optimiser l'expérience digitale, le référencement et les parcours de conversion dans un environnement réglementé.
- Développer des stratégies de distribution omnicanale associant pharmacies, plateformes et canaux digitaux.

8 / BRANDING ET COMMUNICATION DES MARQUES PHARMACEUTIQUES

- Construire une identité de marque crédible, rassurante et différenciante dans le secteur de la santé.
- Développer le Brand Content, le storytelling scientifique et la pédagogie de marque.
- Renforcer la confiance et la reconnaissance de la marque auprès des différentes parties prenantes.

9 / STRATÉGIE OTC, AUTOMÉDICATION ET PARAPHARMACIE

- Développer le marketing des produits OTC et des solutions accessibles sans prescription dans le respect du cadre applicable.
- Construire des stratégies de merchandising et d'activation adaptées aux pharmacies et réseaux de distribution.
- Stimuler la demande tout en maintenant une communication responsable et fondée sur des informations fiables.

10 / ACCÈS AU MARCHÉ ET MARKET ACCESS

- Comprendre les mécanismes de Market Access et les conditions d'accès des produits de santé aux différents marchés.
- Analyser les enjeux de prix, remboursement, référencement, négociation et financement des produits.
- Construire une stratégie d'accès au marché adaptée aux autorités, payeurs, établissements et réseaux de distribution.

11 / PRICING, REMBOURSEMENT ET STRATÉGIE COMMERCIALE

- Élaborer une stratégie de prix intégrant concurrence, valeur thérapeutique, coûts et capacité de paiement.
- Analyser les mécanismes de remboursement, de prise en charge et de référencement selon les marchés.
- Construire des Business Cases permettant d'arbitrer les stratégies de lancement et de commercialisation.

12 / DATA MARKETING, CRM ET PERSONNALISATION

- Exploiter les données commerciales, digitales et comportementales pour améliorer la connaissance des clients.
- Déployer des stratégies CRM adaptées aux professionnels de santé, pharmacies et consommateurs.
- Utiliser l'IA et l'Analytics pour personnaliser les campagnes et optimiser la performance marketing.

13 / LANCEMENT DE PRODUITS ET STRATÉGIE D'ACCÉLÉRATION COMMERCIALE

- Construire un Go-to-Market complet pour le lancement de médicaments, OTC ou produits de parapharmacie.
- Coordonner Marketing, Médical, Réglementaire, Commercial, Market Access et Distribution.
- Mettre en place des KPI permettant de mesurer l'adoption, la pénétration et la performance du lancement.

14 / STRATÉGIE MARKETING INTÉGRÉE ET DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ PHARMACEUTIQUE

- Élaborer une stratégie marketing intégrant conformité, digital, innovation, distribution et accès au marché.
- Construire un plan d'action omnicanal permettant d'accélérer durablement la croissance des marques.
- Piloter la performance, la réputation et l'expansion des activités pharmaceutiques et parapharmaceutiques.

Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

 26 Oct. au 06 Nov. 2026

 Présentiel -

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 Téléphone : +212 522 247 210

 Email : contact@innov-maroc.com

 Web : <https://www.innov-maroc.com>