

## ‘2021년 상반기 제약마케팅교육’ 계획(안)

### 1. 교육 과정 소개와 목표

강화된 기업윤리와 CP 환경하에서 제품의 성공은 그 어느 때보다 효과적이고 효율적인 마케팅에 달려 있기에 그 중요성이 더욱 커지고 있다. 맞춤형 마케팅 원리, 프로세스, 실행에 대한 이론, 국내사례 및 실습을 통해 마케팅력을 강화할 수 있다.

가. ETC 마케팅 I : 제약마케팅 프로세스 및 시장에 대한 이해와 SWOT 분석(2일, 16시간)

· 목표 : 제약 산업 및 제약마케팅 특성 등의 이해와 한계 및 가능성을 학습하여 PM(Product Manager)의 역할과 책임 등 원활하게 업무를 수행할 수 있도록 한다. 또한 시장(고객)에 대한 정보 수집과 분석 등을 이용하여 잠재시장의 규모를 예측하고, SWOT를 기반으로 한 국내사례 학습과 실습을 통하여 Key issues 및 핵심성공요인을 도출한다.

나. ETC 마케팅 II : 효과적인 마케팅을 위한 STP, 전략과 실행, Monitoring(2일, 16시간)

· 목표 : ETC 마케팅 I의 내용을 기초로 제약마케팅에 대한 심화학습을 진행한다. 시장(고객)을 세분화하고 목표 대상을 선정하여 제품 포지셔닝의 국내사례와 실습을 통해 학습한다. 또한 전략을 수립·실행하며 적절한 모니터링을 통해 전략 및 전술을 점검 및 수정하는 방법을 학습함으로써 살아있는 마케팅을 수행할 수 있도록 한다.

다. 영업팀장 및 중간관리자 코칭 (2일, 16시간)

· 목표 : 제약 산업의 Compliance Issues로 리베이트 쌍벌제, 김영란법, 선샤인액트 실시, 정부의 가격인하 정책, 시장 경쟁품의 지속적인 런칭 등으로 나타나는 치열한 영업환경과 코로나 팬더믹의 시장 성장률 감소 상황에서 기존의 영업 활동 방식으로는 판매 유지 및 성장이 어려워지고 있다. 회사의 마케팅 및 영업 활동에 있어 MR들의 역량개발 필요성이 대두되고 있는 시점에서 팀장 및 중간관리자의 영업방식에 전문적인 지식을 습득하게 하고 이를 MR들에게 효율적으로 전달 할 수 있도록 한다. 코칭 역량 교육은 Compliance 측면에서 리스크를 제거하고 투명하고 새로운 방식으로 회사가 추구하는 비전 및 목표를 효과적으로 달성하도록 한다.

### 2. 교육 과정 및 일정

| 교육 과정   | 교육<br>일수   | 정원 | 교육 일정                     | 교육대상                  |
|---|------------|----|---------------------------|-----------------------|
| ETC 마케팅 I :<br>제약 마케팅 프로세스 및<br>시장에 대한 이해와 SWOT 분석      | 2<br>(16H) | 20 | 2021.03.10.(수) ~ 03.11(목) | 초급(입문)<br>~ 중급(5년 미만) |
| ETC 마케팅 II :<br>효과적인 마케팅을 위한 STP,<br>전략과 실행, Monitoring | 2<br>(16H) | 20 | 2021.03.24.(수) ~ 03.25(목) |                       |
| 영업팀장 및 중간관리자 코칭   | 2<br>(16H) | 15 | 2021.05.11.(화) ~ 05.12(수) | 중간관리자                 |
| ETC 마케팅 I :<br>제약 마케팅 프로세스 및<br>시장에 대한 이해와 SWOT 분석      | 2<br>(16H) | 20 | 2021.05.25.(화) ~ 05.26(수) | 초급(입문)<br>~ 중급(5년 미만) |
| ETC 마케팅 II :<br>효과적인 마케팅을 위한 STP,<br>전략과 실행, Monitoring | 2<br>(16H) | 20 | 2021.06.15.(화) ~ 06.16(수) |                       |

3. 교육비 : 회원사 440,000원 / 비회원사 660,000원 (VAT포함, 2일 과정 1인 교육비)

#### 4. 교육신청 관련

가. 신청기간 : 2021. 02. 04 ~ 정원 마감까지

나. 신청방법 : 한국제약바이오협회 홈페이지 공지사항

#### 5. 교육 프로그램

가. ETC 마케팅 I : 제약 마케팅 프로세스 및 시장에 대한 이해와 SWOT 분석

| 시간      | 1일차  | 2일차   |
|---------|--|---|
| 09:00 ~ | Opening & 제약마케팅의 이해  | 시장 데이터 분석 실제 2<br>- 마켓 포텐셜 및 타겟 고객 분석<br>- 판매 계획 및 수익분석   |
| 10:00 ~ | PM의 역할과 책임   |   |
| 11:00 ~ | 마케팅 플래닝(Process & Contents)  | 실습  |
| 12:00 ~ | 점심   | 점심  |
| 13:00 ~ | 시장 및 상황 분석<br>- 질환, 환자, 고객, 상황 분석<br>- 시장 및 판매 트렌드 분석<br>- 데이터 기반 통찰력 파악<br>- 시장 기회요인 분석 | SWOT분석 / Key Issues / CSFs<br>- Opportunity Identification<br>- Define Issues<br>- Critical Success Factors |
| 14:00 ~ |  | 실습  |
| 15:00 ~ |  |   |
| 16:00 ~ | 시장 데이터 분석 실제 1<br>- 시장자료 분석 기초자료   | 발표 및 코칭   |
| 17:00 ~ | - 시장자료 추출 및 분석방법   | SWOT / Key issues / CSF Case Study(AED)   |

나. ETC 마케팅 II : 효과적인 마케팅을 위한 STP, 전략과 실행, Monitoring

| 시간      | 1일차  | 2일차   |
|---------|--|---|
| 09:00 ~ | 시장 세분화 및 타겟팅<br>- Segmentation & Targeting 개요<br>- 질환, 환자, 고객세분화 방법 및 사례<br>- 타겟고객수 및 커버리지 결정<br>타겟팅 방법 및 사례<br>(채널, 고객, 행동, 인식기반 타겟팅) | 마케팅 전략<br>- Portfolio management<br>- Product Life Cycle management |
| 10:00 ~ |  | 실습 및 발표   |
| 11:00 ~ |  |   |
| 12:00 ~ | 점심   | 점심  |
| 13:00 ~ | 포지셔닝<br>- 제품 인지과정 및 포지셔닝 이해<br>- 포지셔닝 방법<br>- 경쟁 우위 및 차별화 방법<br>- 키메세지 개발<br>- 브랜딩 및 커뮤니케이션  | 국내 성공 사례 발표 (리피토)   |
| 14:00 ~ |  | 마케팅 전술 및 프로그램 개발  |
| 15:00 ~ | Positioning 실습 및 발표  | 디지털 마케팅(Multi Channel Marketing)                                    |
| 16:00 ~ | 마케팅 목표 설정  | Monitoring, Controls & KPIs   |
| 17:00 ~ | 마케팅 목표 설정 실습 및 발표  | 발표 및 과정 정리  |

다. 영업팀장 및 중간관리자 코칭

| 시간      | 1일차  | 2일차   |
|---------|--|---|
| 09:00 ~ | 팀장의 역할과 책임   | MR 역량 개발을 위한 팀장 코칭의 중요성   |
| 10:00 ~ | MR 코칭을 위한 기본 역량 이해1<br>- 담당 지역 시장 및 고객 이해<br>- 담당 지역 고객 타겟팅 및 고객수 설정 | 팀장 코칭 모델 프로세스 개요<br>- 코칭 준비<br>- 신뢰 형성                          |
| 11:00 ~ | - MR 콜 플랜닝 및 콜 관리<br>- KOL Mapping 및 관리                              | - MR성과 분석 및 해석<br>- 코칭 피드백                                      |
| 12:00 ~ | 점심   | 점심  |
| 13:00 ~ | MR 코칭을 위한 기본 역량 이해2<br>- 판매 기회 요인 포착<br>- 문제 근본 원인 분석                | - Insightful Question<br>- Active Listening<br>- 실행 옵션 및 해결책 도출 |
| 14:00 ~ | - 고객과의 신뢰 형성<br>- 비대면 영업 방식의 변화 및 실행 (디지털 영업 활동 관리)                  | 코칭 프로세스 및 스킬 실습 (Role Play)                                     |
| 15:00 ~ |  | 실제 케이스에 따른 코칭 기본 지식 및 실습<br>- 성과에 따른 코칭<br>- 갈등 및 의견 차이 해결      |
| 16:00 ~ | 제품 학술 디테일을 위한 셀링 스킬의 이해<br>- 셀링 스킬 프로세스<br>- 고객 반대 의견 대처             | - 동기 부여<br>- 코칭 양식 활용   |
| 17:00 ~ | - CoC상에서 경쟁 우위를 위한 차별화 방법 (Non Patented product)                     | 코칭 교육 과정 정리 및 마무리   |

6. 강사 약력

|   |
|---|
| <p>· 서동주 : ETC마케팅<br/>현) 오제네시스 코리아 대표이사<br/>경북대 미생물학, MBA (MGSM, Sydney Australia)<br/>다국적 회사에서 마케팅, 세일즈, 전략기획, CP<br/>전) Novo Nordisk 당뇨사업부, 바이오팜 사업부 사업본부장, 전무<br/>전) AstraZeneca 항암제 사업본부장, 중추신경계/호흡기계/소화기계 사업본부장, 상무<br/>전) 한국 파마시아 성장호르몬제제 사업본부장, 부장</p>   |
| <p>· 김창원 : ETC마케팅 / 영업팀장 및 중간관리자 코칭<br/>현) 팜뉴스 컨설팅 그룹 "The ConnecUs" 대표<br/>- 마케팅 브랜드 및 론치 엑셀런스 컨설팅<br/>- 마케팅 및 영업 교육 및 리더쉽 코칭 컨설팅<br/>- 제품 시장 조사 및 아웃소싱 컨설팅<br/>영남대 대학원 MBA<br/>제약 바이오, 의료가 및 소비재 마케팅, 세일즈, 전략기획, 마케팅 및 영업 교육 담당<br/>전) T&amp;R Biofab Commercial &amp; BD Director<br/>전) GSK Marketing &amp; Sales Excellence Lead<br/>GSK Asia Pacific 마케팅 및 영업 교육 프로그램 개발 / 엑셀런스 멤버<br/>GSK Transformation "The Future of MR" 프로젝트 한국<br/>GSK 중추 신경계 영업부 팀장 / 중추신경계, 마취제, 항생제 마케팅 팀장</p> |