

# Le Marketing opérationnel pour les fabricants de dispositifs médicaux

## Objectifs pédagogiques

A la fin de la formation, le stagiaire aura les outils pour :

- Comprendre et structurer ses actions marketing
- Analyser son marché, ses différents acteurs, les besoins des clients, déterminer son avantage concurrentiel et son positionnement prix
- Établir une proposition de valeur en adéquation avec les attentes et besoins des clients
- Fournir aux différents canaux de distribution les meilleurs outils et arguments

## A qui s'adresse la formation ?

Professionnels du dispositif médical ou du diagnostic in vitro :

- **Fabricants et distributeurs de Dispositifs Médicaux,**
- **Sous-traitants dans le secteur du dispositif médical.**

## Prérequis

Expérience Marketing de 3 à 5 ans

## Pourquoi participer ?

La fonction marketing a une responsabilité première dans la préparation et le support des équipes de vente, directe ou indirecte, leur capacité à fidéliser des clients existants, mais aussi à gagner des parts de marché dans un environnement de plus en plus compétitif.

Bien comprendre les besoins exprimés ou non des clients et des utilisateurs, et les traduire en termes d'avantages concurrentiels forts doit être la préoccupation majeure de tout(e) « marketeur ».

Le développement de l'image de marque, la communication interne et externe, la veille marché, la veille concurrentielle, etc. sont autant d'activités qui permettront de renforcer des positions existantes ou, sur un plan plus stratégique, d'ouvrir de nouvelles perspectives de croissance sur de nouveaux marchés.

Cette formation permettra aux participants de se préparer à gérer efficacement de telles situations en leur donnant des outils pratiques et concrets pour y parvenir.

# Le Marketing opérationnel pour les fabricants de dispositifs médicaux

## Contenu de la formation

1. A quoi sert le Marketing ?
2. Le Plan Marketing
3. L'analyse des marchés et des concurrents
4. L'analyse des besoins clients
5. La proposition de valeur et le positionnement produit
6. Le support des canaux de distribution (direct, indirect)
7. Le lancement d'un nouveau produit
8. L'utilisation des outils de communication virtuelle

## Moyens pédagogiques

### Pédagogiques :

Support de cours et exercices.

**Techniques :** ordinateur.

**Encadrement :** Formateur ayant 30 ans d'expérience internationale en marketing opérationnel et stratégique, vente (directe, indirecte) et management d'équipes multiculturelles. Consultant en stratégie de commercialisation.

## Moyens de suivi et d'évaluation de la formation

- **Suivi :** Feuilles de présences à la demi-journée signées par les stagiaires et contresignées par le formateur, attestations de fin de formation remises à chaque stagiaire.
- **Évaluation :** Questionnaires de satisfaction remplis par les stagiaires en fin de formation.

## Informations pratiques de la formation

### Le Marketing opérationnel pour les fabricants de dispositifs médicaux

- **Durée totale :** 7h00
- **Date :** 22 et 23 mars 2021
- **Horaires :** 9h00-12h30
- **Lieu de formation :** à distance
- **Tarif :** nous consulter
- **Contact :** [bonjour@md101.io](mailto:bonjour@md101.io)

