



Executive Education

PROGRAMA ABIERTO DE ESPECIALIZACIÓN CLAVES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS COMPAÑÍAS FARMACÉUTICAS Y DEL SECTOR SALUD

The background of the lower half of the page is a blue-toned graphic. It features a central image of a person in a white lab coat pointing upwards. Surrounding this are various white icons: a cloud with an upward arrow, a printer, a magnifying glass, a target with an arrow, a line graph, a shield, a shopping cart, a calendar with the number 12, a padlock, a globe, a person icon, a speech bubble, a gear, an envelope, a document, a person in a lab coat, and a Wi-Fi symbol. The graphic is overlaid with a large, semi-transparent circular pattern of dashed lines.

LUGAR: MADRID

FECHAS: 28 y 29 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CURSO DE 2 DÍAS DE DURACIÓN - 14 HORAS LECTIVAS



JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

La **Transformación Digital** ya no debería ser una opción para las compañías del sector de la salud, debería ser una realidad.

La industria de la Salud se encuentra en un entorno altamente competitivo y dinámico, cada vez más regulado, con restricciones en presupuestos y en equipos, donde existen diferentes actores que influyen en la toma de decisiones y donde las empresas se enfrentan a retos tecnológicos que deben adoptar como un factor de éxito para innovar y crecer.

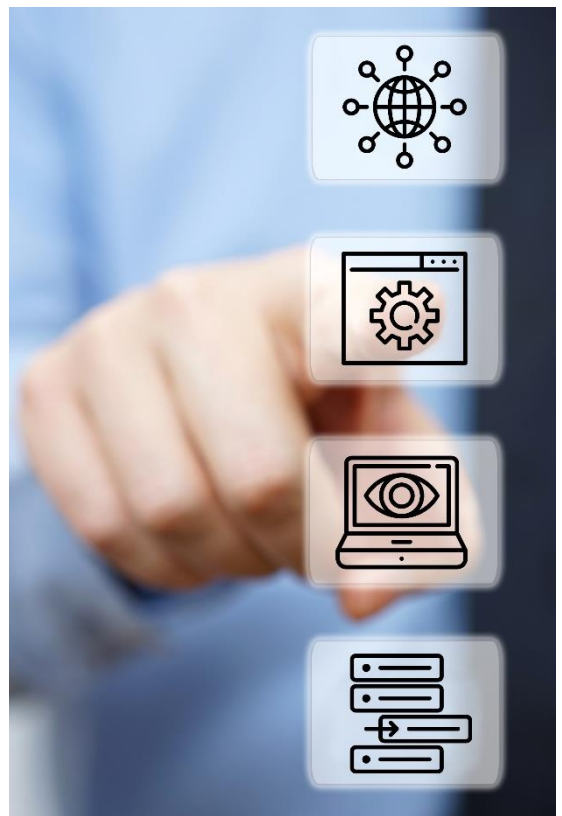
Sin embargo la **Transformación Digital** no se consigue únicamente contando con la mejor tecnología; **la Transformación Digital** implica una transformación cultural dentro de la compañía, nuevas maneras de hacer las cosas, nuevos perfiles de empleados y planes de formación para los diferentes niveles; sin olvidar contar con expertos en marketing digital con una clara visión que empujen el proceso y materialicen los proyectos de una buena hoja de ruta.

Los clientes (médicos, pacientes, especialistas, farmacéuticos, profesionales de la Salud...) ya son digitales, son móviles, y cada vez son más exigentes con la información que quieren consumir, con el cuándo y el cómo, con el canal idóneo de cada situación. Sólo contar con una clara estrategia que tenga en cuenta todos los puntos de interacción con sus clientes - sean éstos tradicionales o digitales - puede ayudar a una compañía a situar al Cliente como el Centro en la estrategia del negocio.

Muchas veces es difícil saber por dónde empezar, entender el valor, gestionar el cambio que conlleva, romper barreras e inercias, guiar las expectativas y ser paciente con los programas de adopción de estas nuevas maneras de trabajar.

Los objetivos de este programa son:

- Ofrecer una visión de las principales palancas sobre las que hay que trabajar en una compañía para iniciar un proceso de **Transformación Digital** en el Sector Salud.
- Conocer de primera mano cómo expertos que trabajan en diferentes áreas han conseguido superar las barreras más comunes, y cuántas de éstas eran falsas objeciones.
- Dibujar un escenario donde situemos al cliente en el centro y cómo los canales digitales y una buena gestión de los datos recogidos en las interacciones pueden ayudarnos.
- Poner de manifiesto qué se puede, que se debe medir y cómo hacerlo.
- Entender cuáles son las principales tendencias en temas de marketing digital en la Industria Farmacéutica / Sector Salud.





PROGRAMA ABIERTO DE ESPECIALIZACIÓN
**CLAVES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS
COMPAÑÍAS FARMACÉUTICAS Y DEL SECTOR SALUD**



DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN:

Lourdes Pérez Pérez.

Experta en Marketing Digital. Industria Farmacéutica.

PONENTES:

David Colorado.

Director Asociado Sector Farmacéutico. **TALENCO.**

Jose Manuel de Llano Espinosa.

Partner & Business Development. **BIZPILLS.**

Pilar Diego-Saiz.

PhV Manager. **GLAXOSMITHKLINE.**

Marisa Durán.

Directora Ejecutiva /Comercial. Industria Farmacéutica.

Antonio Ibarra.

Omnichannel Manager. **GRÜNENTHAL PHARMA.**

Alberto López.

Customer Marketing & eRep Lead. **PFIZER.**

Lourdes Pérez.

Experta en Marketing Digital. Industria Farmacéutica.

Alejandro Touriño.

Managing Partner. **ÉCIJA ABOGADOS.**

Javier Valbuena.

Head of Business Development - Personal lot.
TELEFÓNICA.

Eduardo Zorrilla.

Digital Multichannel Strategy Country Portfolio Lead. **PFIZER.**



DIRIGIDO A

Todos los Profesionales del Sector Salud que quieran conocer e identificar las principales barreras sobre las que hay que trabajar para iniciar un proceso de **Transformación Digital** en sus compañías tales como:

- Responsables de Unidades de Negocio.
- Responsables de Marketing.
- Directores Comerciales y de Ventas.
- Responsables de Departamentos de Legal y de Compliance.
- Responsables de Farmacovigilancia.
- Directores de Recursos Humanos.
- Y en definitiva todo Directivo del sector responsable de áreas de impacto en el Negocio interesado en liderar la Transformación Digital en su Compañía.



CALENDARIO Y HORARIOS

MADRID:

- Jueves, 28 de Septiembre de 2017.
- Viernes, 29 de Septiembre de 2017.

Horario: de 09:30h a 18:00h.



LUGAR DE REALIZACIÓN

El Programa Abierto de Especialización: Claves para la Transformación Digital en las Compañías del Sector Salud se impartirá en la sede de CESIF, situada en la Calle General Álvarez de Castro, 41 de Madrid (28010).



PROGRAMA GENERAL- JORNADA I

FACTORES DE ÉXITO EN EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- ❑ Cómo conocer el **Grado de Madurez Digital** de nuestra compañía. Es importante saber dónde estamos para saber por donde comenzar a trabajar.
- ❑ El **Apoyo de la Dirección**, pieza clave para el cambio. Cómo podemos involucrarla.
- ❑ **Coffee Break.**
- ❑ **Perfiles Profesionales** en el Proceso de Transformación Digital.
 - Necesidad de contratación de nuevos Perfiles o Formación Interna de la Plantilla en nuevas competencias.
 - Cómo afecta la Transformación Digital a los perfiles de la Red de Ventas. Ejemplo real de Delegados de Visita Médica Remota.
- ❑ **Pausa Comida Networking.**
- ❑ La necesidad de un **Plan de Formación Digital.**

LOS DEPARTAMENTOS DE FARMACOVIGILANCIA, LEGAL, REGULATORIO Y COMPLIANCE. PIEZAS CLAVE COMO FACILITADORES EN EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- ❑ **Obligaciones de Farmacovigilancia** en los proyectos en Internet y Medios Digitales.
 - Escucha activa en la Red.
 - Iniciativas en Redes Sociales.
 - Websites / Plataformas Interactivas.
 - Apps.





PROGRAMA GENERAL: JORNADA II

LOS DEPARTAMENTOS DE FARMACOVIGILANCIA, LEGAL, REGULATORIO Y COMPLIANCE. PIEZAS CLAVE COMO FACILITADORES EN EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- Marco Legal** de los Proyectos Digitales en el ámbito Farmacéutico.
 - Regulación normativa del ámbito Farmacéutico Digital.
 - Obligaciones Legales en los Proyectos de Redes Sociales.
 - Privacidad y Protección de Datos: bases de datos, redes sociales, gestión de la información almacenada en servidores, gestión del envío de campañas de emailing.
 - Gestión del Big Data.
 - Falsos mitos que suponen un freno en el proceso de Transformación Digital.
- Coffee Break.**

ESTRATEGIA OMNICANAL EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

- ¿Qué es la Omnicanalidad?.
- Dificultades en su implementación.
- Pasos para comenzar una Estrategia Omnicanal.
- La estrategia Omnicanal ideal.
- La misión del Delegado de Ventas.
- La importancia de un buen CRM.
- Nuestra meta: La experiencia de Cliente.
- Omnicanalidad en otros sectores.
- El futuro de la Omnicanalidad.

CÓMO MEDIR Y DEMOSTRAR EL RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI) EN PROYECTOS DE MARKETING DIGITAL

- Qué es el ROI en Marketing Digital?. Más allá del retorno en Ventas.
- Indicadores de éxito. (KPIs) vs. Métricas. Tradicional vs. Digital.
- Pausa Comida Networking.**
- Cómo vincular los resultados de cada Proyecto a los objetivos estatégicos de la marca/compañía.

LAS TECNOLOGÍAS COMO ALIADAS EN EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL. TENDENCIAS EN EL SECTOR SALUD

- El nuevo **Paciente Digital** (de un Paciente pasivo a un Paciente más informado y consciente de su salud, Doctor Google/Internet, Millenials: lo quiero aquí y ahora).
- La Digitalización del ecosistema salud (el médico digital, digitalización del sistema sanitario, sostenibilidad del sistema).
- Del Medicamento al Servicio. Cómo ayuda a mejorar la Imagen de Marca:
 - Generación de contenido (multimedia y de calidad).
 - El Móvil como centro de nuestras vidas (apps de salud).
 - Nuevos canales de comunicación con el usuario (redes sociales, apps).
- Tendencias: Analytics, Big Data, Telemedicina, Genómica, IoT.



PROGRAMA ABIERTO DE ESPECIALIZACIÓN
CLAVES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS
COMPAÑÍAS FARMACÉUTICAS Y DEL SECTOR SALUD



DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

El coste total del programa es de 1.200 €.
Cuota de Inscripción anticipada antes del 15 de julio de 2017: 1.050 €.
Antiguos Alumnos: descuento del 20%.
Partner CESIF: Descuento del 5%.
Descuentos no acumulables.

- Incluye asistencia y material didáctico:
- Documentos y materiales sobre los contenidos trabajados en el aula.
 - Comidas de Networking.

Forma de Pago:

- Abono íntegro mediante transferencia a la c/c:: ES29-0081-0144-6800-0177-3886 indicando el nombre del participante en el impreso de abono.



TITULACIÓN

Los participantes recibirán un Diploma acreditativo de asistencia y aprovechamiento expedido por CESIF.



INFORMACIÓN Y MATRÍCULA

Para inscribirse en este Programa Abierto de Especialización impartido por CESIF, así como para ampliar información sobre el mismo, puede ponerse en contacto con nosotros a través de:

M^a Carmen Sánchez-Girón • Coordinadora Executive Education • email: mcs@cesif.es • Tfno.: 915 938 308.