BEST
T&D Group

Комплексное решение для фармацевтических компаний

Модульная программа для сотрудников и руководителей

Краткая история. Основные факты

- **BEST T&D Group** представлена на рынке консалтинговых и тренинговых услуг **более 16 лет**.
- **С 2000 года** компания активно работает в проектах **для фармацевтического бизнеса**, среди них, **российские и западные компании;**
- **Проведено более 1000 тренингов для фармацевтических компаний** для разных линий и направлений;
- **Реализованы комплексные программы развития** (тренинги, бизнес-игры, сопровождение цикловых совещаний, индивидуальный коучинг, оценку и пр.) **для менеджеров среднего и высшего звена;**
- **Разработаны и реализованы компьютерные решения,** которые используются в развитии персонала и в маркетинге;

Среди наших клиентов:

SANOFI
NOVARTIS
gsk GlaxoSmithKline
BAYER Bayer
Boehringer Ingelheim
НоваМедика
SOLVAY
Pierre Fabre
SANDOZ
Pfizer
cotekc
ПРОТЕК группа компаний
KRKA
ucb Pharma
ПУЛЬС фармацевтическая компания
Lilly
SENTISS
MERZ

Мы работаем с Лидерами. Лидеры работают с нами!

Структура комплексного предложения

3 уровень

Директора направлений

Директора департаментов

1. Стратегический подход и стратегическое мышление в фармбизнесе
2. Переговоры с государственными органами
3. Современный лидер – руководитель фармацевтической компании
4. Лидерство — бизнес-симуляция

2 уровень

Региональные менеджеры

Территориальные представители

1. Двойные визиты как инструмент руководителя
2. Управление в стиле коучинг
3. Управление временем и территорией
4. Тайм-менеджмент — бизнес-симуляция

1 уровень

Медицинские представители

Key Account Managers

1. Стандарты эффективного визита к врачам. Базовый уровень
2. Короткие визиты к врачам: продвинутый уровень
3. Эффективные переговоры с аптеками
4. Эффективные переговоры с ЛПУ при госпитальных продажах
5. Стратегические продажи. Бизнес-симуляция "КАМ-лидер"

ФОРМАТЫ ПРОГРАММЫ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

- Предлагаемая вам комплексная программа состоит из учебных модулей, которые могут быть реализованы в предлагаемой последовательности, а также служить основой для конструирования программы под конкретный запрос компании
- Методы обучения включают в себя: навыковые тренинги, бизнес-симуляции, проектные и стратегические сессии

Стандарты эффективных визитов к врачам
Базовый уровень

- ✓ Из каких этапов состоит эффективный визит к врачам?
- ✓ Какие стандарты необходимо знать и применять начинающему медицинскому представителю?
- ✓ Как минимизировать количество нерезультативных визитов?

1 уровень Медицинские представители

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии

ПРОГРАММА

- Поэтапная схема визита к врачам
- Предвизитная подготовка: цели и результаты предстоящего визита
- Формирование ключевого сообщения врачу
- Подготовка аргументов, содержащих преимущества работы с препаратом
- Реализация основных этапов визита
- Открытие визита
- Презентация ключевого сообщения
- Работа с вопросами и сомнениями врача
- Достижение договоренностей
- Закрытие визита
- Анализ результативности визита
- Коммуникативные аспекты результативного визита
- Типология врачей и особенности коммуникаций с каждым типом
- Навыки убеждения и аргументации
- Работа со "сложными" партнерами по переговорам
- Техники саморегуляции и стрессменеджмента

Короткие визиты к врачам
Продвинутый уровень

- ✓ Как провести визит, чтобы гарантировано достичь цели и получить запланированный результат?
- ✓ Какая технология проведения встречи будет максимально эффективно решать эту задачу?
- ✓ Какие нюансы нужно знать медицинскому представителю, чтобы уверенно достигать целей?

1 уровень Медицинские представители

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии

ПРОГРАММА

- Стратегическая схема визита: анализ истории взаимоотношений с врачом, определение потенциала
- Навыки формирования "платформы для достижения договоренностей"
- Цели и результаты предстоящего визита. SMART критерии
- План подготовки к результативным визитам
- Психотипы врачей, базовые потребностей каждого типа, способы взаимодействия с различными типам
- Диагностика потребностей, эмоциональные и рациональные запросы клиентов. Что делать, чтобы соответствовать запросам
- Искусство работы с сомнениями: причины сомнений, диагностика сомнений, правила работы с сомнениями
- Этапы закрытия визиты
- Анализ результата визита

Эффективные переговоры с аптеками

Благодаря данному модулю участники

- ✓ узнают об этапах эффективных переговоров с аптеками
- ✓ познакомятся с приемами эффективной коммуникации с различными категориями сотрудников аптеки
- ✓ научатся достигать максимальных целей в переговорах с аптеками

1 уровень

Медицинские представители
Key Account Managers

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии
- Видеоанализ

ПРОГРАММА

- Правильная организация работы медицинского представителя в аптеке
  - ☑ анализ положения дел в торговом зале и на полках
  - ☑ динамика движения товара
  - ☑ беседа с коммерческим клиентом + заказ на продукцию
  - ☑ беседа с "первостольником" + стимулирование рекомендаций - комплекс мер по "мерчандайзингу"
- Отработка участниками механизма и динамики товарооборота в аптеке (направлений и приемов обеспечения оптимального для аптеки баланса между "входом" и "выходом" продукции)
- Развитие у обучаемых профессиональных приемов стимулирования основных типов покупки товара в аптеке (четко спланированная – нечетко спланированная – спонтанная покупка) в интересах повышения продаж продвигаемого препарата
- Отработка приемов деловой коммуникации с различными типами сотрудников в аптеке (заведующая аптекой – работник первого стола)

Эффективные переговоры с ЛПУ при госпитальных продажах

Благодаря данному модулю участники

- ✓ узнают об этапах эффективных переговоров с ЛПУ при госпитальных продажах
- ✓ узнают, как грамотно изучать клиента в процессе контактинга и контрактинга
- ✓ выстраивать программы взаимодействия и развития клиентов
- ✓ глубже учитывать специфику госпитальных продаж при переговорном взаимодействии с ЛПУ

1 уровень Key Account Managers

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии
- Видеоанализ

ПРОГРАММА

- Важные нюансы отличий госпитальных продаж
- Периодичности продаж: что следует знать о своих ЛПУ
- Зависимость объема продаж от факта бюджетного финансирования: работа с мониторингом рынка и планирование контактов
- Ценовая конкуренция стоимости стандарта лечения: как аргументировать свою полезность
- Ключевые лица для контакта в госпитальном секторе продаж
- Как устанавливать контакты. Содержание контактной информации
- Специфика определения потребностей в госпитальных продажах. Виды барьеров в определении потребностей (информационные, личностные, "политические")
- Нюансы тендерной борьбы.
- Активное формирование единого информационного пространства при взаимодействии с ЛПУ
- Индикаторы сложившихся отношений с клиентами в госпитальных продажах

Стратегические продажи
Бизнес-симуляция "КАМ-лидер"

- ✓ Настольная обучающая командная игра для менеджеров по работе с ключевыми клиентами
- ✓ Обучает методике эффективной работы с организациями-клиентами на основе различных различных промоциональных стратегий

1 уровень Key Account Managers

МЕХАНИКА ИГРЫ:

- ✓ Интенсивная бизнес-игра
- ✓ Участники объединяются в несколько команд, которые будут конкурировать между собой, предлагая свои препараты пяти организациям

РЕШАЕМЫЕ ЗАДАЧИ В ХОДЕ ИГРЫ:

- Обучение (развитие практических навыков)
- Сплочение коллектива (региональных команд)
- Повышение морально – волевых качеств в условиях острой конкурентной борьбы

ОТРАБАТЫВАЕМЫЕ НАВЫКИ:

- Отработка различий между стратегией "развития" и "удержания" ключевых клиентов
- Выбор приоритетных клиентов (целевая - группа) с учетом общего объема имеющихся ресурсов
- Приоритезация и оптимальное вложение ресурсов в развитие клиента
- Инвестирование ресурсов в конкретные области (факторы) развития бизнеса в организации-клиенте

ДЕЛОВАЯ ИГРА

- С элементами интенсивного обучения
- С моделируемыми ситуациями
- С экспертными комментариями
- С теоретическими блоками
- С разбором конкретных ситуаций, задачами, упражнениями

Двойные визиты как инструмент руководителя

Двойные визиты – это инструмент управления персоналом, направленный на повышение качества работы с врачами, поддержание высокого уровня ответственности медпредставителей за выполняемую ими работу

- ✓ В чем же польза Компании от организации и проведения двойных визитов?
- ✓ Какие инструменты помогут руководителям обеспечить эффективность обучения и развития сотрудника?

2 уровень

Региональные менеджеры

Территориальные представители

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии
- Видеоанализ

ПРОГРАММА

- Двойной визит — определение
- Цели двойных визитов
- Формы контроля представителей. Что необходимо контролировать на двойном визите
- 5 профессиональных компетенций, личные характеристики руководителя, важные для проведения двойного визита
- Условия для эффективного обучения представителя в "полях". Навыки, необходимые руководителю в двойном визите:
- Наблюдение – что в фокусе, техники, ловушки. Обратная связь – специфика предоставления ОС, продуктивная и не продуктивная ОС, способы работы с реакциями н а обратную связь, парадоксы ОС
- Внутренний настрой - положительный, отрицательный, способы настроя
- Фиксация результатов визита. Протокол визита

Управление в стиле коучинг

- ✓ Почему коучинг становится популярным стилем управления в XXI веке?
- ✓ Что такое руководство в стиле коучинга и в чем его преимущества?
- ✓ Что дает коучинг в области повышения эффективности руководства?

2 уровень

Региональные менеджеры

Территориальные представители

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии
- Видеоанализ

ПРОГРАММА

- Коучинг, как новый стиль управления
- Цели и основные принципы коучинга
- Мировые результаты внедрения коучинга в работу компаний. Как определить руководство в стиле коучинг. Ключевое отличие коучинга от других методов руководства
- Как направить сотрудника к ориентации на цели и результаты посредством эффективных вопросов
- Технология задавания эффективных вопросов. Вопросы, направленные на построение результата – эффективные инструменты для изменений
- Как повысить мотивацию сотрудника с помощью эффективных вопросов. Ключевые аспекты формулировки результата
- Навыки построения доверия с сотрудниками. Природа создания доверительных отношений
- Методы коучинга при управлении в сложных ситуациях. Три типа сотрудников, как переводить сотрудника от жалоб к вовлеченности в выполнение задачи
- Структура коучинговой сессии. Позиция коуча в руководстве людьми

Управление временем и территорией

- ✓ Данная программа создана в результате бенчмаркинга лучших практик Европейских фармацевтических компаний, является объектом специализации компании BEST T&D Group и реализовывалась в представительствах ведущих фармкомпаний в странах СНГ
- ✓ Программа помогает повысить эффективность работы сотрудников на территории за счет освоения инструментов эффективного управления и тайм- менеджмента

2 уровень

Региональные менеджеры

Территориальные представители

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии
- Видеоанализ

ПРОГРАММА

- Основные задачи и функции эффективного руководителя
- Карта деятельности медицинских представителей: цель, задачи, алгоритмы действий
- Цель деятельности регионального представительства. Измеримые показатели эффективности работы
- Система показателей результативности и активностей
- Понятие о карте деятельности сотрудника: цель, задачи, алгоритмы действий. Планирование работы на период
- Управление территорией. Таргетинг клиентов. Анализ территории. Подходы. Понимание потенциала . Категоризация врачей и аптек. Связь с активностями медпредставителей и распределением ресурсов. Планирование деятельности регионального менеджера: распределение времени и маршрутов. Расстановка приоритетов в работе
- Овладение основными навыками самоменеджмента: управление временем и оперативное планирование
- Организация рабочего времени руководителя – работа с приоритетами. Правила целеполагания
- Ловушки времени. Инструменты оптимизации . Методы планирования и составления планов дня

Тайм-менеджмент
Бизнес-симуляция

- ✓ Сколько книг вы просчитали по тайм-менеджменту?
- ✓ Удалось ли на практике эффективно применить полученные знания?
- ✓ Менять свой стиль жизни, управлять временем – это нелегкая задача
- ✓ Посвятите несколько часов участию в настольной игре по управлению временем, чтобы понять весь механизм улучшения собственной эффективности на практике и научиться управлять своим временем и обстоятельствами

2 уровень	Региональные менеджеры Территориальные представители

МЕХАНИКА ИГРЫ:

- ✓ Каждый игрок, руководствуясь своим опытом проживает несколько недель жизни в условиях новой профессии и заданных жизненных ситуаций
- ✓ Всего за несколько часов участник научится планировать свой день, расставлять приоритеты, повышать личную эффективность и вести персональный финансовый учет
- ✓ Победителем определяется тот, кто получает максимальную эффективность и больше количество денег

РЕШАЕМЫЕ ЗАДАЧИ В ХОДЕ ИГРЫ:

- Обучение (развитие практических навыков)
- Сплочение коллектива (региональных команд)

ОТРАБАТЫВАЕМЫЕ НАВЫКИ:

- Диагностика коллег / партнеров на способность выполнения задач повышенной сложности
- Умение различать дела действительно первостепенной важности
- Диагностика причинно-следственных связей успешных и стрессовых периодов жизни
- Навык эффективного управления своим временем через умелое определение приоритетов, совмещение дел, связанных с карьерой, финансами, здоровьем, семьей личной жизнью и управление обстоятельствами в жизни

ДЕЛОВАЯ ИГРА

- С элементами интенсивного обучения
- С моделируемыми ситуациями
- С экспертными комментариями
- С теоретическими блоками
- С разбором конкретных ситуаций, задачами, упражнениями

Стратегический подход и стратегическое мышление в фармбизнесе

- ✓ Стратегическое мышление — это отличительная черта менеджера, особый способ усваивать и перерабатывать информацию, в первую очередь свой и чужой опыт, делать правильные прогнозы и намечать верные шаги
- ✓ Именно такой способ мышления помогает руководителю добиваться целей, решать задачи, справляться с трудностями
- ✓ Оно помогает сделать это быстрее, с меньшими затратами сил, времени, денег

3 уровень

Директора направлений

Директора департаментов

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии
- Видеоанализ

ПРОГРАММА

- Каковы основные принципы стратегии: изучение обстановки (контекст стратегии)
- Формирование стратегии (цель, ресурсы, планы А.В.С); стратегический анализ (последствия реализации того или иного плана, стратегия и тактика); реализация стратегии (организация, контроль)
- Четыре основных элемента: Видение (способность предвидеть, как будет развиваться та или иная ситуация); Миссия (четкое понимание и принятие своего места в общей системе, в том числе места компании или команды, на уровне понимания взаимосвязей); Ценности (осознание базовых приоритетов и принципов, в соответствии с которыми должны приниматься стратегические и тактические решения); Возможности (способность в каждой ситуации, находить для себя возможности . Что такое стратегия в широком и узком смыслах.
- Процесс стратегического планирования: структура, алгоритм и участники.
- Техники моделирования желаемого будущего (подходы ведущих компаний мира)
- Стратегия в условиях кризиса. Разработка последовательной поддержки стратегических решений

Переговоры с администраторами и представителями госорганов

- ✓ Критерии оценки предложений от фармпроизводителя, принципы принятия решений у администраторов ЛПУ и представителей госорганов в структурах здравоохранения имеют особенности и нюансы
- ✓ Данный тренинг позволят разобраться в этих особенностях. Показывает способы выстраивания такого диалога с клиентами, которые приводят вас к результату и позволяют развивать отношения сотрудничества

3 уровень

Директора направлений

Директора департаментов

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии
- Видеоанализ

ПРОГРАММА

- Переговоры о препаратах с клиентом, не работающим с пациентами (принципиальное отличие от переговоров с врачом)
- Алгоритм PERS в переговорах с администратором
- Матрица критериев оценки предложений от фармкомпании (администраторы, представители госорганов)
- Психология администратора. Способы налаживания контакта
- Психология чиновника. Способы выстраивания отношений
- Допустимые и недопустимые темы в переговорах с администраторами и чиновниками
- Стратегии влияния в переговорах с администраторами и чиновниками
- Что надо выяснять в переговорах с администраторами и чиновниками (только не потребности!). Карта информации
- Специфические трудности в переговорах администраторами и чиновниками (уход от ответственности, мнимый статус, бюрократические препоны, важность формализации, пусты разговоры и прочее). Способы подстройки и перевод в конструктивное русло
- Как договариваться об обязательствах
- Как фиксировать договорённости

Современный лидер – руководитель фармацевтической компании

- ✓ Организации похожи на автомобили – они двигаются сами по себе только под гору
- ✓ Чтобы они работали, нужны люди
- ✓ И не просто люди, а правильные люди, которые знают, чего хотят, умеют вести за собой других, верят в себя и дарят надежду тем, кто верит в них
- ✓ Люди, которые слышат других и слушают себя, чувствуют ответственность за свои действия, двигают бизнес вперед, делают жизнь ярче и красивее
- ✓ Это не просто руководители – это лидеры

3 уровень	Директора направлений Директора департаментов

- Мини-лекции
- Деловые и ролевые игры
- Анализ примеров из практики
- Внутригрупповые и индивидуальные исследования
- Дискуссии
- Видеоанализ

ПРОГРАММА

- Как разобраться, что же такое лидерство и кто такой лидер
- Как менеджмент связан с лидерством, в чем отличия и как эффективно их увязать в единое целое
- Как осознать свое личностное своеобразие лидера и начать осознанное движение по пути лидерства
- Ключевые навыки лидера – создателя видения будущего, вдохновителя команды, архитектора бизнеса
- Умение оценить себя, выявить свои сильные и слабые стороны как лидера, привычные стратегии поведения
- Составление карты развития своего лидерского потенциала

Лидерство в современном фармбизнесе
Бизнес-симуляция

- ✓ Лидерство BEST T&D Group – это система личностных качеств человека, выражающаяся в его способности влиять на поведение сотрудников и коллег, вдохновляя их на достижение результатов
- ✓ Лидерство – система следующих компетенций:
  - ☑ управление, основанное на принципах и ценностях
  - ☑ эмоциональное лидерство
  - ☑ работа с будущим
  - ☑ влияние на других

3 уровень

Директора направлений

Директора департаментов

РЕШАЕМЫЕ ЗАДАЧИ В ХОДЕ ИГРЫ:

- Формирование у участников бизнес-игры осознания и принятия следующих идей:
  - ☑ Я – руководитель – лидер. Основные компетенции лидера-руководителя
  - ☑ Мои сотрудники – это моё отражение
  - ☑ Я несу ответственность за всё, что делают мои сотрудники
  - ☑ Только я могу влиять на отношение моих сотрудников к своей работе, компании и команде
  - ☑ Моё развитие как руководителя

МЕХАНИКА ИГРЫ:

- ✓ Интенсивная бизнес-игра
- ✓ Участники объединяются в несколько команд, которые будут конкурировать между собой
- ✓ Каждой команде в режиме бизнес-моделирования нужно будет разработать и реализовать план создания своего бизнеса и вывода его на заданный уровень эффективности;
- ✓ Последующий видеоанализ результатов и анализ действий участников

ОТРАБАТЫВАЕМЫЕ НАВЫКИ:

- Освоение инструментов лидерства в рамках компетенции компании

ДЕЛОВАЯ ИГРА

- С элементами интенсивного обучения
- С моделируемыми ситуациями
- С экспертными комментариями
- С теоретическими блоками
- С разбором конкретных ситуаций, задачами, упражнениями

Аспекты сотрудничества

Основные этапы работы при проведении любой из программ обучения:

1 этап
Предварительная диагностика (Скайп-конференция с Заказчиком, письменное анкетирование и телефонные структурированные интервью с участниками и т.п.)

2 этап
Разработка / адаптация программы обучения

3 этап
Подготовка участников и их включение в тренинг (информирование участников о целях и задачах обучения, мотивационное письмо от ведущего тренера участникам обучения или другое)

4 этап
Проведение программы обучения

5 этап
Обратная связь в форме отчета от Исполнителя (и, по необходимости, теста знаний или решения кейсов в форме домашнего задания)

6 этап
Пост-тренинг (очный)

Данные этапы работ являются корпоративным стандартом работы **BEST T&D Group** и следование им позволит Заказчику получить максимальный эффект от проекта.

По согласованию с Заказчиком часть работ может осуществляться внутренними специалистами компании.

С уважением,
Команда BEST T&D Group

www.best-training.ru