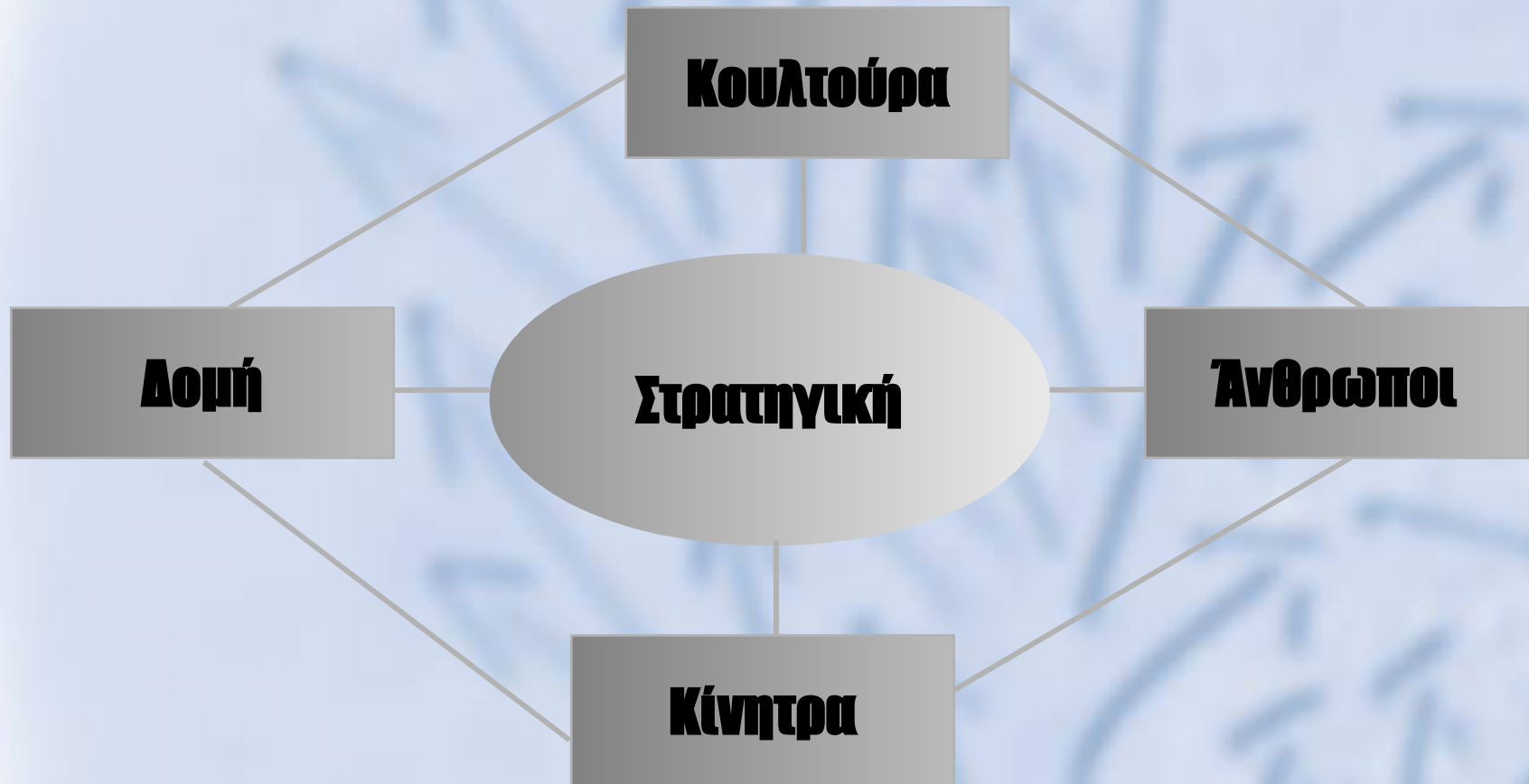






Οι Δομές των Τμημάτων Marketing και Πωλήσεων Στις Εξειδικευμένες Αγορές

**Δημήτρης Παλάκας
Business Director
Roche (Hellas)**

Υποστηρικτικό Περιβάλλον στρατηγικής



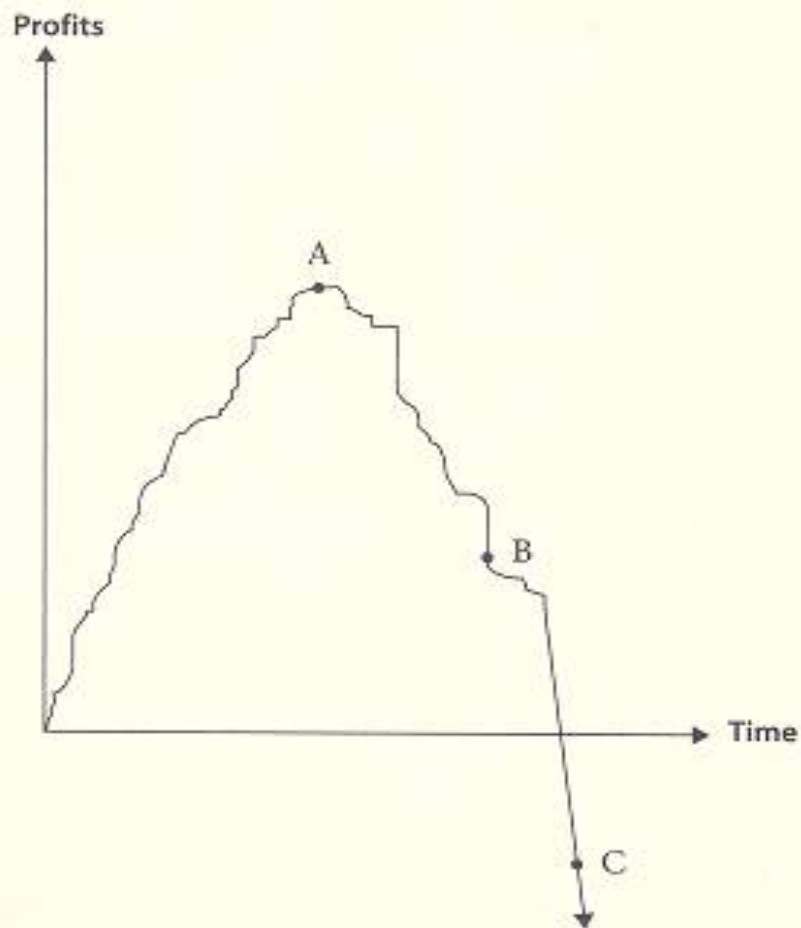
Source : “All the right moves”
Markides

- Κουλτούρα  λαμβάνει κανόνες, αξίες
 - ✓ Καθολική ομαδική συνεργασία
 - ✓ Διάθεση για αλλαγή
 - ✓ Αίσθηση επείγοντος και βελτίωσης
 - ✓ Ξεκάθαρη και αμφίδρομη επικοινωνία
- Δομή  ιεραρχία και συστηματική υποστήριξη
- Κίνητρα  οικονομικά και μη που υποστηρίζουν την απόδοση
- Άνθρωποι  με τις ικανότητες και τις δεξιότητες τους

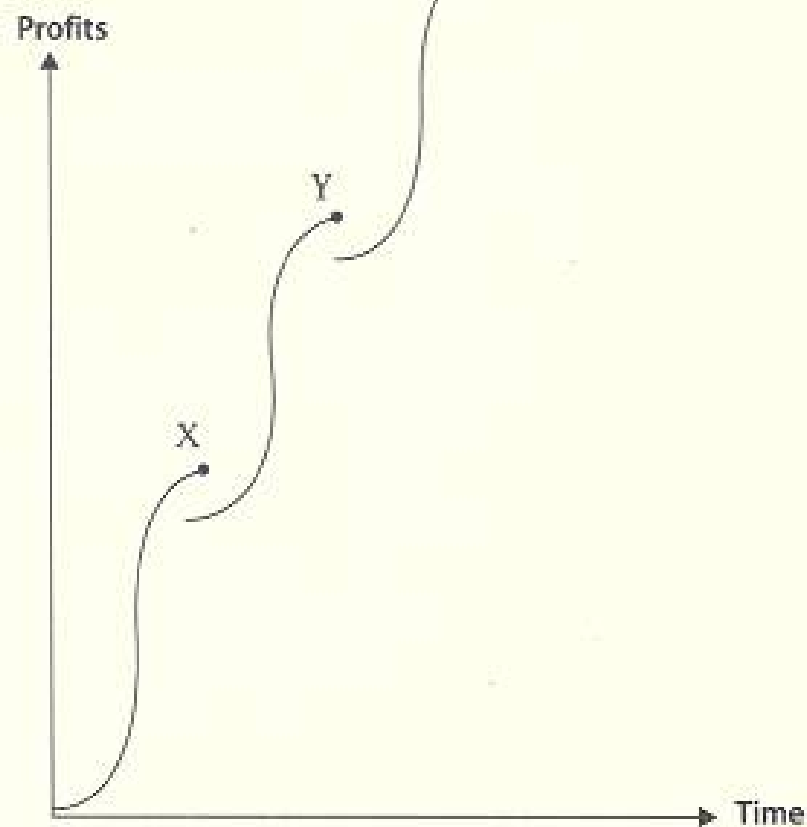
Source : “All the right moves”
Markides

Πότε είναι ο κατάλληλος χρόνος για αλλαγή ;

When to Question the Way We Do Business



Growth and Rejuvenation



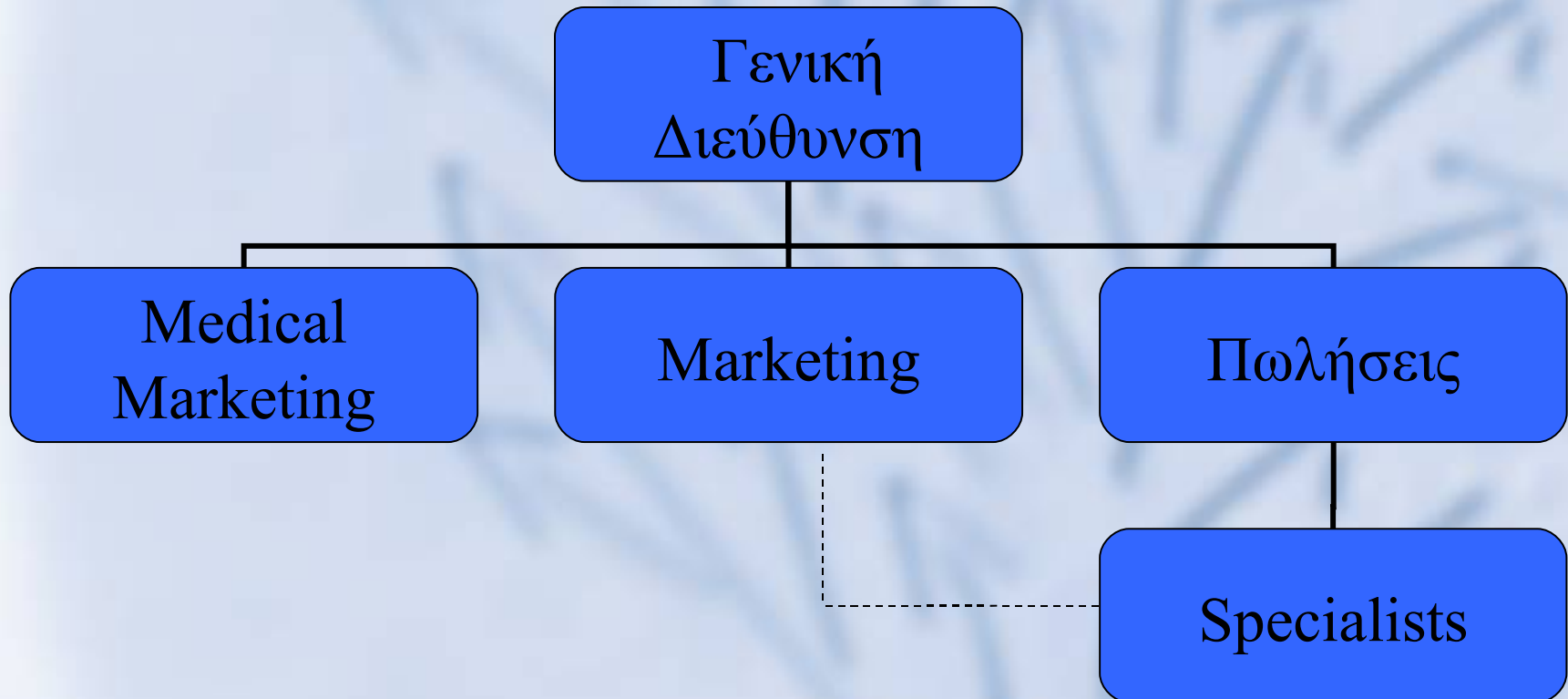
Προϋποθέσεις ανάπτυξης δομής

Marketing & Πωλήσεων

- Χαρτοφυλάκιο προϊόντων και εύρος κλινικών εφαρμογών
- Επιλογή στρατηγικής βάσης
- Μέγεθος πελατειακής βάσης
- Γεωγραφική κατανομή πελατών
- Κατανόηση αναγκών / σημαντικότητας / διαφορετικών πελατών
- Μελλοντικές τάσεις και εξελίξεις αγοράς

Εφαρμοσμένες Οργανωτικές Δομές

«Κλασική Δομή»



Υπέρ: ✓ Οικονομία κλίμακας

- Κατά:
- Έλλειμμα εξειδίκευσης / στόχευσης
 - Έλλειμμα ευθυγράμμισης ομάδων
 - Έλλειμμα οριζόντιας συνεργασίας – συντονισμού
 - Δυσκολία λήψης αποφάσεων
 - Ελιτισμός – «συγκρούσεις»

Επιχειρησιακή Μονάδα (Business Unit)

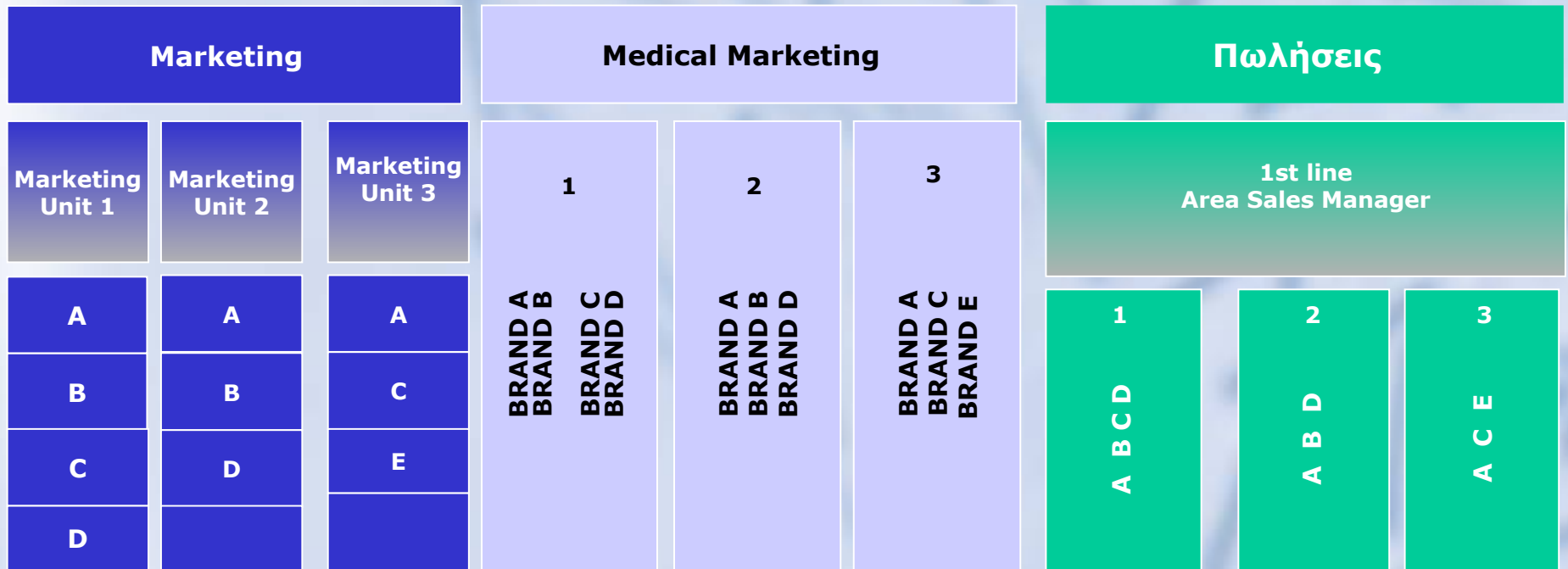


- Υπέρ:**
- ✓ Ευθυγράμμιση ρόλων με στρατηγική
 - ✓ Συντονισμός (εσωτερικός - εξωτερικός)
 - ✓ Λήψη αποφάσεων – Υλοποίηση - Παρακολούθηση
 - ✓ Ενισχυμένη εταιρική εικόνα
 - ✓ Ανάπτυξη ομαδικότητας
 - ✓ Ενιαία ευθύνη

- Κατά:**
- Επικάλυψη ρόλων
 - «Διοικητική αδυναμία»

Δομή ανά Θεραπευτική ένδειξη

Διεύθυνση Επιχειρησιακής Μονάδας



Υπέρ:

- ✓ Εστιασμός
- ✓ Εξειδίκευση ανά ένδειξη
- ✓ Κάθετη και οριζόντια συνεργασία
- ✓ Μεγιστοποίηση συνεργιών χαρτοφυλακίου
- ✓ Προσαρμογή στις ανάγκες του πελάτη
- ✓ Μεγιστοποίηση R.O.I

Κατά:

- Συντονισμός σε επίπεδο πελάτη
- Περιορισμένη εμπειρία

Αναδυόμενες ανάγκες και ρόλοι

- ❖ CRM
- ❖ Διαχείριση μεγάλων λογαριασμών (KAM)
- ❖ Ιατρικοί σύμβουλοι (medical liaison)
- ❖ Πρόσβαση ασθενών
- ❖ Σύλλογοι ασθενών
- ❖ Πολιτικές υγείας
- ❖ Διαχείριση χαρτοφυλακίου ανά ένδειξη

Σημεία Προβληματισμού.....

- Αύξηση ανταγωνισμού
- Μειωμένη πρόσβαση στον «πελάτη»
- Εισαγωγή βιοϊσοδύναμων - biosimilars
- Διαφοροποίηση αναγκών του «πελάτη»
- Λήψη αποφάσεων από νέους ρόλους
- Αυστηρότερος έλεγχος κόστους θεραπείας
- Αυστηρότερος έλεγχος δαπανών προώθησης
- Υλοποίηση μειοδοτικών διαγωνισμών

.....και Δράσης

- Ανασχεδιασμός ρόλων Marketing και Πωλήσεων
- Διαφοροποίηση εκπαίδευσης Marketing και Πωλήσεων
- Δημιουργία νέων ρόλων για νέες ανάγκες

Ευχαριστώ για την προσοχή σας!