
>programme

SALES
FORCE
EXCELLENCE

Sommaire

- **Le Programme GERS - SFE**
 - Présentation du programme
 - Les enjeux des laboratoires
 - Les objectifs de la donnée
 - La complexité de l'analyse des marchés
- **La donnée Sell OUT GERS**
 - Principe méthodologique de la donnée Sell OUT GERS
 - La couverture des besoins par la nouvelle offre GERS
- **La démarche d'accompagnement**
 - Démarche générale
 - Phase 1 : Diagnostic
 - Phase 2 : Test
 - Phase 3 : Mise en œuvre auprès des forces de ventes
 - L'équipe dédiée
- **Conclusion**

Présentation du programme

- Le Programme GERS - SFE s'adresse à tous les acteurs impliqués dans les systèmes d'évaluation de la performance
- Le Programme GERS - SFE offre un cadre d'analyse complet des marchés sectorisés, fondée sur une collaboration entre le GERS et ses adhérents
- Le Programme GERS - SFE permet de placer la donnée Sell OUT GERS dans un contexte réel d'utilisation, à savoir :
 - Votre marché
 - Votre sectorisation
 - Vos indicateurs de performance



Présentation du programme

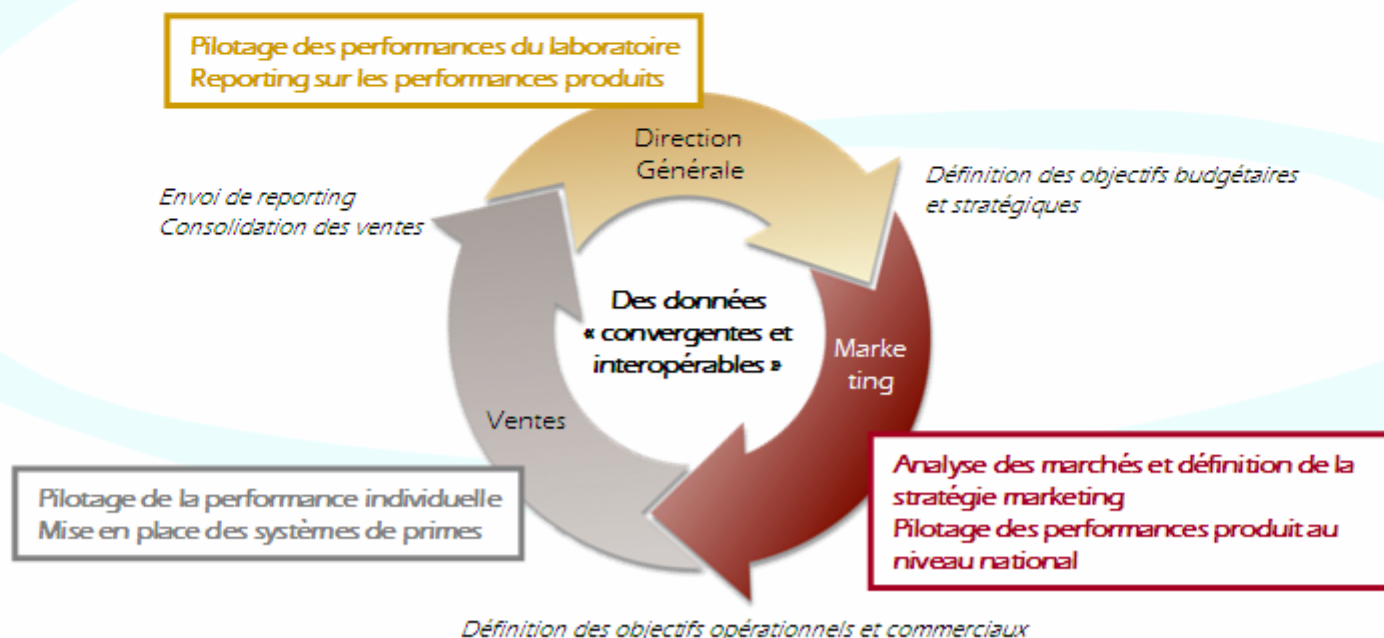
- **L'ambition du Programme GERS - SFE est de vous apporter un éclairage complet de vos marchés grâce à :**
 - l'utilisation de toutes les données disponibles (Sell IN, Sell OUT, données laboratoire)
 - une méthodologie d'analyse des marchés pharmaceutiques validée
 - une expertise indépendante avec le BIPE et le cabinet de conseil BearingPoint
- **A l'issue de la démarche, vous disposerez des éléments objectifs pour le choix de la donnée la plus pertinente**

Les enjeux des laboratoires

- **Le marché de la donnée est aujourd'hui au cœur de plusieurs enjeux :**
 - **Opérationnel** : le système de mesure de la performance commerciale et les objectifs marketing doivent converger et être cohérents avec les données de reporting de la direction générale
 - **Social** : le système de mesure de la performance doit être simple, clair et transparent, afin d'améliorer la lisibilité des systèmes de primes par les délégués médicaux
 - **Budgétaire** : les laboratoires souhaitent rationaliser leurs achats pour atteindre les objectifs budgétaires fixés

Les objectifs de la donnée

- A partir des différentes sources de données dont ils disposent, les laboratoires doivent mettre en place des indicateurs permettant à tous les collaborateurs de l'entreprise d'avoir une même vision de leur performance
- Les données utilisées doivent être « convergentes et interopérables » :
Somme des secteurs = Total national, Sell OUT = Sell IN ajusté des variations de stock



La complexité de l'analyse des marchés

Caractéristiques du marché

- Prescription Ville / hospitalière
- Produits génériques
- Avec ou sans Ventes directes
- Volumes, DN, Prix

Les variables des marchés se multiplient

Analyse Marché

Indicateurs de performance

- Individuel / collectif
- Interne / externes
- Implantations, dynamiques

Les indicateurs sont revus régulièrement pour mieux mesurer la performance

Données utilisées

- Ventes internes
- Sell IN GERS
- Sell OUT GERS
- Xponent

Les données utilisées sont nombreuses

Sommaire

- Le Programme GERS - SFE
 - Présentation du programme
 - Les enjeux des laboratoires
 - Les objectifs de la donnée
 - La complexité de l'analyse des marchés
- La donnée Sell OUT GERS
 - Principe méthodologique de la donnée Sell OUT GERS
 - La couverture des besoins par la nouvelle offre GERS
- La démarche d'accompagnement
 - Démarche générale
 - Phase 1 : Diagnostic
 - Phase 2 : Test
 - Phase 3 : Mise en œuvre auprès des forces de ventes
 - L'équipe dédiée
- Conclusion

Principe méthodologique de la donnée Sell OUT GERS (SOG)

sell **IN**
GERS



sell **OUT**
GERS

Exhaustivité des résultats : les données correspondent aux achats réels de tous les médicaments par toutes les officines

Panel : les données correspondent à une modélisation de la réalité, validée par les données exhaustives

La parfaite *connaissance de l'ensemble des pharmacies*, liée aux données Sell IN GERS, permet de « *modéliser* » le comportement des pharmacies panélisées.

sell **OUT**
GERS

*Les 1^{ères} Sorties Officines validées
par des données exhaustives*

La couverture des besoins par la nouvelle offre GERS

Grâce à la complémentarité de son offre, le GERS peut couvrir l'ensemble des marchés



SIG

- **Exhaustivité des résultats** : les données correspondent aux achats réels de tous les médicaments par toutes les officines
- **Précision des résultats** : données réelles à la présentation au niveau national et au niveau géographique le plus fin
- **Marchés sans Stockage** : les données correspondent à la consommation médicamenteuse (Demande)
- **Marchés avec Stockage** : les données permettent d'évaluer la stratégie de la concurrence / distribution

SOG



- Les données décrivent **l'évolution de la demande de médicaments** (Ventes sur et hors prescription)
- Les données mesurent la délivrance du produit aux patients et reflètent **l'action des délégués médicaux**, indépendamment des phénomènes de stockage
- **Qualité de la donnée : panel représentatif**, qualifié tous les mois grâce aux données d'achats exhaustives
- **Une vision opérationnelle commune** : les départements marketing et ventes partagent les mêmes données « Sorties Officines » :
Ventes VisioStrat = Σ des ventes UGA SOG

« Tout ce qui est acheté par les officines s'est vendu, se vend ou se vendra »
Au niveau national et sur des périodes cumulées, la donnée Sell OUT GERS = Sell IN GERS

Sommaire

- Le Programme GERS - SFE
 - Présentation du programme
 - Les enjeux des laboratoires
 - Les objectifs de la donnée
 - La complexité de l'analyse des marchés
- Présentation de Sell OUT GERS
 - Principe méthodologique de la donnée Sell OUT GERS
 - La couverture des besoins par la nouvelle offre GERS
- Présentation de la démarche d'accompagnement
 - Démarche générale
 - Phase 1 : Diagnostic
 - Phase 2 : Test
 - Phase 3 : Mise en œuvre auprès des forces de ventes
 - L'équipe dédiée
- Conclusion

Le Programme s'inscrit dans les missions du GERS

Le Programme GERS - SFE est au cœur de la relation entre le Groupement et ses adhérents, fondé sur les principes de :

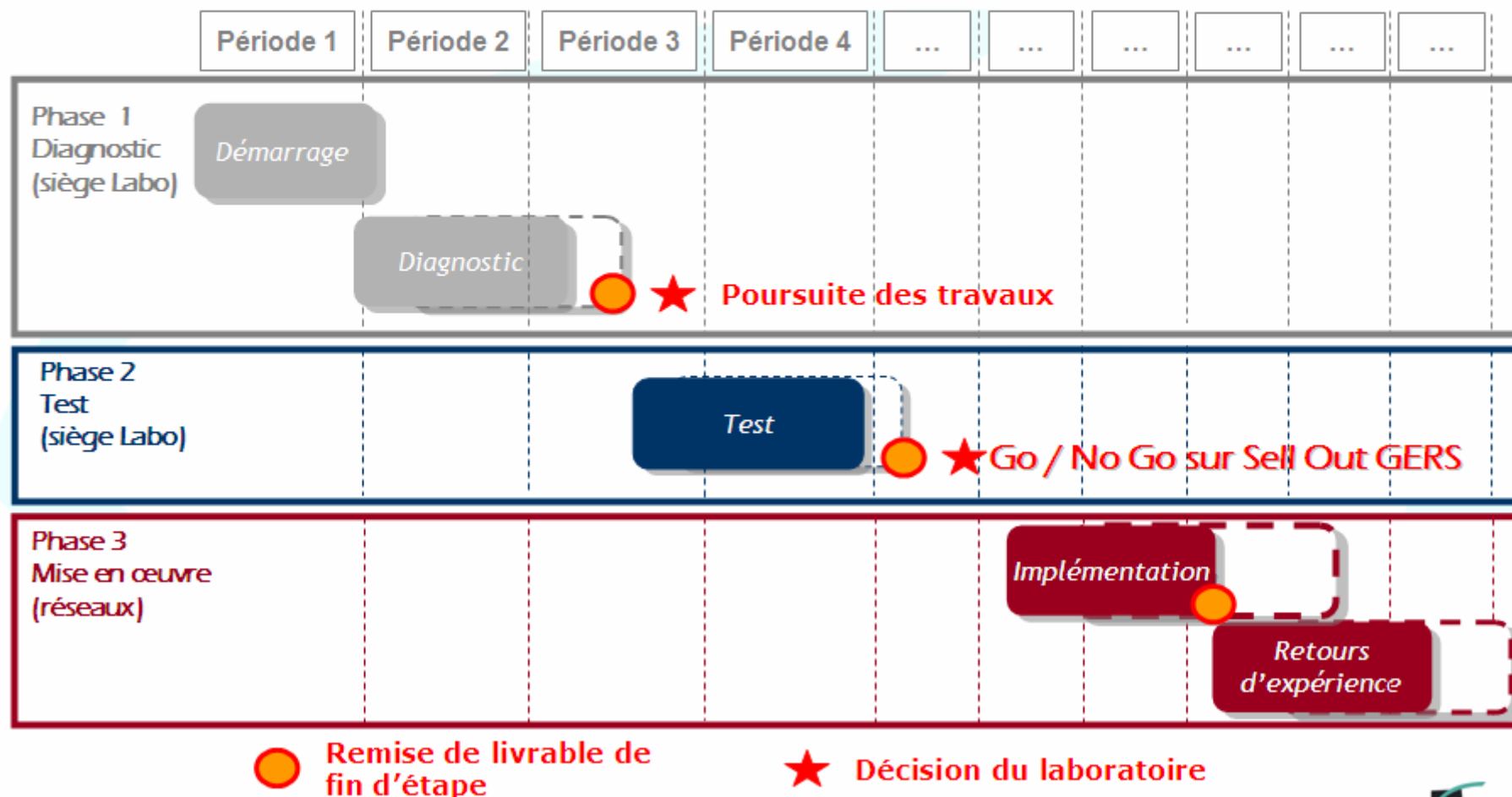
- Mutualisation des données laboratoires : ventes directes
- Mutualisation des achats de données : ventes grossistes, sorties officines,
- Groupe de réflexion mixte GERS - adhérents
- Gouvernance du groupement menée par les adhérents eux-mêmes

La participation à ce programme est gratuite.

Le Programme GERS - SFE est strictement réservé aux adhérents du GERS.

Respect des règles de confidentialité selon le règlement intérieur du GERS ou accord spécifique.

Une démarche d'accompagnement en 3 phases

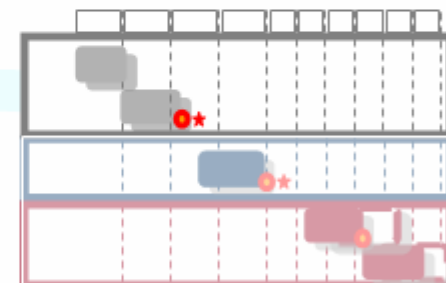


Phase 1 : Diagnostic

La phase de Diagnostic initie le programme GERS-SFE. Elle répond à trois objectifs :

- Partager les objectifs de la démarche et organiser les différentes étapes
- Faire un état des lieux sur le pilotage de la performance
- Analyser la donnée SOG sur un des marchés du laboratoire

L'équipe dédiée du GERS compare, au niveau sectoriel, les données SIG, SOG et les ventes internes Laboratoire



A l'issue de cette phase, le laboratoire se forge une opinion avant de décider de passer à la phase de Test

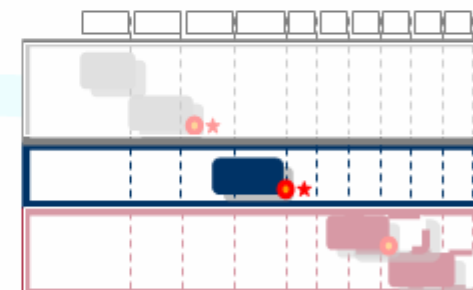
Phase 2 : Test

Objectifs de la phase de Test :

- Définir le cadre d'utilisation de la donnée SOG : indicateurs, systèmes de primes
- Mesurer les impacts de la donnée SOG sur les éléments de pilotage propres au laboratoire pour chaque délégué

Le laboratoire prend le leadership sur :

- Le calcul des indicateurs de performance basé sur la donnée SOG
- L'analyse comparée des résultats sur les performances et les primes



A l'issue de ces deux étapes, le laboratoire est en mesure de décider la mise en place de la donnée SOG auprès de ses forces de ventes

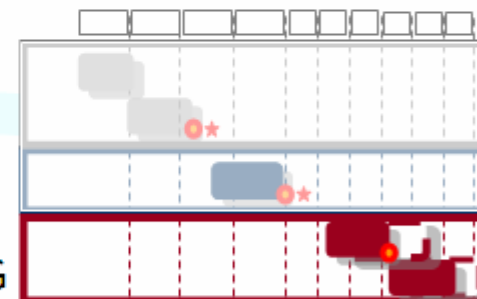
Phase 3 : Mise en œuvre auprès des forces de ventes

La phase de mise en œuvre prépare l'implémentation de la donnée SOG :

- Accompagner le déploiement de la donnée SOG auprès des DR, VM, mais aussi du CE, en tenant compte des enjeux du laboratoire
- Répondre aux sollicitations des forces de ventes sur la donnée SOG collectées par le laboratoire

Le GERS propose au laboratoire :

- des kits de communication et d'information adaptés
- une assistance du laboratoire sur l'utilisation de la donnée SOG



Un feedback du laboratoire est organisé par le GERS après l'implémentation de la donnée SOG auprès des forces de vente

Sommaire

- **Le Programme GERS - SFE**
 - Présentation du programme
 - Les enjeux des laboratoires
 - Les objectifs de la donnée
 - La complexité de l'analyse des marchés
- **La donnée Sell OUT GERS**
 - Principe méthodologique de la donnée Sell OUT GERS
 - La couverture des besoins par la nouvelle offre GERS
- **La démarche d'accompagnement**
 - Démarche générale
 - Phase 1 : Diagnostic
 - Phase 2 : Test
 - Phase 3 : Mise en œuvre auprès des forces de ventes
 - L'équipe dédiée
- **Conclusion**

Conclusion

- Le Programme SFE - GERS, vous propose une prestation globale comprenant :
 - la mise à disposition de Sell OUT GERS, une nouvelle donnée « Sorties Officines » qui complète l'offre existante (« Entrées Officines » / Sell IN GERS)
 - l'accompagnement des laboratoires avec une méthodologie testée et validée
 - une expertise métier, méthodologique et statistique

>programme



SALES
FORCE
EXCELLENCE

- Votre contact au GERS : Fabrice Picard
01.70.360.317
fabrice.picard@gie-gers.fr

>programme

SALES
FORCE
EXCELLENCE