

Réunion Quanti Stat

18 octobre 2011

Participants :

* Marie Pierre Gironis - Pierre Fabre
* Laurence.Enard - Zambon
* E.Vaudin - Biocodex
* Thomas Citterio - Daiichi-Sankyo
* Marie-Emilie Roussel - Leo-pharma
* Annie Mars
* Michel Dumond- Novo Nordisk

Un grand merci à tous les présents

Cette réunion nous a permis de vérifier que les réponses de nos 2 partenaires ne répondaient que partiellement au cahier des charges que nous leur avions soumis :

* pour IMS la démarche par cycle de vie a bien été élaborée, mais leur vision est à ce jour trop globale incluant aussi bien les bases syndiquées que les études ad hoc les 2 traitées au même niveau de plus nous n'avons aucun support de leur part.
* Cégédim pour sa part nous a fait une présentation globale mais il s'agit plus d'une suite de présentations d'études et de ce à quoi elles servent qu'une mise en perspective.

Nous avons donc tous convenu que pour leur faciliter les choses, nous devions être sans doute plus directif : nous limitant à la phase de prélancement ils devront répondre quelle(s) répond à une question spécifique jusqu'où ; et quelles limites ils voient (besoins d'analyses ad hoc supl). Nous attendions de leur part un retro-planning avec positionnement de ces questions et des bases permettant d'y répondre.

Pour ce faire vous trouverez ci après un copie du brief , avec la phase de prélancement surlignée; merci de bien vouloir la rendre encore plus précise et de me renvoyer vos suggestions pour que lors de notre prochaine réunion le 17 novembre de 10 à 12 chez P Fabre (merci Marie Pierre!) nous puissions rédiger ensemble un courrier leur exposant nos souhaits ainsi que le timing optimal de leur réponses.

Merci d'avance

Marie Pierre & Michel

Bien à vous et au 17 novembre

PS : n'hésitez pas à me contacter si vous avez besoin de plus de précisions

**Définition du cas : Lancement de produit**

***Le produit :***

* Nouvelle classe et forme galénique innovante : orale (vs injectable pour l’existant)
* Anti-thrombotique indiqué à la fois en préventif et en curatif
* Il existe des alternatives thérapeutiques
* Ce produit x sera lancé en juin 2012 par la filiale française d’un groupe d’importance moyenne

Ce produit devrait être :

* de prescription hospitalière
* mais aussi de ville à la fois MG et spécialistes libéraux

Il s’agit à partir de ces données d’établir un plan stratégique de lancement et de définir quels outils utiliser au décours du Dashboard (matrice de suivi) : de la phase de pré-lancement jusqu’à 3 ans après ce lancement.

Pour les 3 phases on s’attachera à définir les bases utilisées et leur(s) intérêt(s).

1. la phase de pré-lancement (1 an) qui devra permettre une parfaite connaissance du marché :
* Taille et évolution du marché
* Les acteurs
* Les leviers de prescription
* Le circuit de prise en charge de patients
* Le split Ville hôpital (mais aussi MG spécialistes libéraux)
* Le benchmark concurrentiel avec les niveaux d’investissement (et la définition du ticket d’entrée)
* Le positionnement optimal du produit (benchmark concurrence)
* De définir une segmentation /ciblage et de définir le plan de charge VM avec la sectorisation optimale