

Jakarta, January 2012

Kepada Yth,



Dear Pharma Marketers,

Dalam memasarkan Produk-Produk *Farmasi, Medical-cosmetics, Alkes dan Jasa Klinik Estetika*, diperlukan **PEMAHAMAN** dan **KEAHLIAN KHUSUS** yang sesuai dengan kompleksitas dan keunikan Pasar dari industri tersebut.

Beberapa Aspek Fundamental yang perlu dipahami para 'Pharma-Marketers' :

- ☑ **Product Manager Hexagram**
- ☑ **Proses Manajemen Pemasaran**
- ☑ Mengaudit **Pasar dan kinerja Produk**
- ☑ **Analisa strategik : PLC, BCG Portfolio, GE Business Analyzer dan TOWS Analysis**
- ☑ Menentukan **Sasaran dan Formulasi Strategi Pemasaran**
- ☑ Merancang **Marketing dan Promotion Mix Produk dan Jasa Farmasi**
- ☑ Peran PM dalam **meningkatkan Kompetensi 'Field Force'**
- ☑ **Merancang Product Plan secara Integratif dan Aplikatif.**

Product/Brand Managers, Marketing/Product Executives, Marketing/Sales Managers, sebagai **'Think Tank'** perusahaan, perlu lebih memahami **dinamika serta 'Nature & Key Success Factors'** dari bisnis *Farmasi, Medical-cosmetics, Alkes dan Jasa Klinik Estetika*.

Improve your capability in managing your products to be highly
COMPETITIVE, INNOVATIVE and PROFITABLE !

Joint 3 days intensive and riel value workshop, perfectly designed for pharma marketers :

Fundamental Product Management Pharma

Jakarta, 27 - 29 Februari 2012

Manfaat praktis dan berdampak langsung bagi kinerja peserta :

- Pembahasan difokuskan pada **Manajemen Produk Industri Farmasi**
- Kasus bahasan mengenai situasi ril bisnis yang dihadapi
- **Format 'PRODUCT PLAN' yang komprehensif dan aplikatif**
- **Konsultasi in-depth dengan pakar 'Pharma-Marketing' terkemuka di Indonesia**

Untuk pendaftaran, **'Limited Seats'**, hubungi VIATAMA : **Telp.** 723 2790-91, 720 5203-04,
Fax. 724 3364, **E-mail:** viatama@via-learn.com, **Website :** www.via-learn.com

Hormat kami,

Victor Tobing, MBA
Senior Consultant

Fundamental Product Management Pharma

Jakarta, 27 - 29 Februari 2012

SASARAN WORKSHOP

Memasarkan Produk-Produk *Farmasi, Medical-cosmetics, Alkes dan Jasa Klinik Estetika*, diperlukan **PEMAHAMAN & KEAHLIAN KHUSUS** sesuai dengan karakter, kompleksitas dan keunikan Pasar dari industri Farmasi dan Alkes.

Beberapa Aspek Fundamental yang perlu dipahami para 'Pharma-Marketers' :

- ✚ **PM Hexagram dan Proses Manajemen Pemasaran**
- ✚ Mengaudit **Pasar dan kinerja Produk**
- ✚ **Analisa strategik : PLC, BCG Portfolio, GE Business Analyzer dan TOWS Analysis**
- ✚ Menentukan **Sasaran & Formulasi Strategi Pemasaran**
- ✚ Merancang **Marketing dan Promotion Mix Produk dan Jasa Farmasi**
- ✚ Peran PM **meningkatkan Kompetensi 'Field Force'**
- ✚ **Merancang Product Plan secara Integratif & Aplikatif.**

"Learning, Sharing, Sharpening your competence and meet the most leading pharma business experts !"

Fasilitator : VICTOR TOBING MBA



Praktisi yang berpengalaman manajeria maupun organisasi lebih dari 25 tahun d dalam bidang : *Product Management (Ethical dan OTC), Marketing / Sales Management, Strategic Management, HR Management, Training & Business Consultant* di perusahaan multinasional Farmasi, MLM dan Produk Konsumer terkemuka.

Sejak 1992 sebagai **Konsultan Senior**, telah memberikan **Workshop dan konsultasi** mencakup : **Pengembangar Bisnis, Sales & Marketing, MDP, Manajemen SDM & Pengembangan Organisasi** di > 250 perusahaan **Nasional dan Multinasional.**

Topik Pembahasan workshop 3 hari :

Hari I	Hari II	Hari III
<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi Masalah & Ekspektasi Peserta • Profil Product Manager Farmasi <ul style="list-style-type: none"> - Peran dan Fungsi PM Farmasi - Siapa First-line Customer PM ? • Tinjauan : Peraturan POM 'Promosi Produk Farmasi' • Manajemen Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> - Sasaran Sistem Pemasaran - Lingkungan & Perkembangan Konsep Pemasaran • Proses Manajemen Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> - Langkah Proses Pemasaran - Strategi Product Life Cycle - Strategi Portfolio Produk - GE Business Analyzer , - Analisa TOWS - Riset Pasar, Forecasting <p><i>Workshop I: <u>Menentukan Portfolio Produk (Data Riset Pasar)</u></i></p> • Sasaran Dan Formulasi Strategi Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> - Sasaran Pemasaran - Formulasi Strategi dan STDP <p><i>Workshop II: <u>Merancang Product Positioning</u></i></p> <p><i>* Diskusi terbuka/konsultasi</i></p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tinjauan : Fase Pengembangan & Uji Klinis Obat • Marketing Mix Produk Farmasi <ul style="list-style-type: none"> - Strategi Produk <i>Konsep, klasifikasi, profil, strateg pengembangan produk farmasi</i> - Strategi Harga <i>Faktor menentukan harga, elemen biaya dalam metode dan penetapan harga</i> <p><i>Latihan I : Penetapan Kebijakan Harga</i></p> - Strategi Distribusi <i>Manajemen dan saluran distribusi, distribusi fisik</i> <p><i>Latihan II : Penentuan Penetrasi Saluran Distribusi</i></p> - Strategi Promosi Produk Ethical dan OTC *<i>Iklan :</i> <i>Klasifikasi, Konsep Dasar Iklan, Proses Periklanan</i> <p><i>Workshop III : <u>Merancang Iklan/Brosur Produk Farmasi</u></i></p> <p><i>* Diskusi terbuka/konsultasi</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> * <i>Public Relations : Sarana PR Industri Farmasi</i> <i>Workshop IV: <u>Parameter efektivitas RTD & Clinical Meeting</u></i> * <i>Personal Selling :</i> <i>Mengapa Personal Selling ?, Fungsi dan Peran Field Force, Key Success Factor Field Force Memahami Perilaku Dokter/Peresep</i> • Mengoptimalkan Kinerja Detailing Medreps. <ul style="list-style-type: none"> - Memahami Siklus Detailing - Sarana Detailing Aids/Literatures - Memotivasi Field Force <p><i>Workshop V: <u>Menyiapkan Detailing Aids / Literatures</u></i></p> • Product Plan <ul style="list-style-type: none"> - Analisa Pasar & TOWS - Sasaran dan Perencanaan - Strategi Positioning Produk, Harga, Distribusi, Promosi - P/L & Contribution Margin <p><i>Workshop VI : <u>Menyiapkan Product Plan</u></i></p> <p><i>* Panel diskusi/konsultasi</i></p>

METODE WORKSHOP

Presentasi interaktif, pembahasan kasus, evaluasi data pasar, workshop, diskusi terbuka dan konsultasi

FASILITAS WORKSHOP

Modul komprehensif, sertifikat, 2x coffee break & lunch / hari

INVESTASI KESERTAAN

Rp. 5.000.000,- net/peserta, ditransfer ke : PT. VIATAMA TRIMITRA SEDJATI, CITIBANK Jakarta Rek. No. 3000.182154.

Untuk keterangan lebih lanjut dan pendaftaran, hubungi VIATAMA :

VIATAMA - Learning Center Lantai II

Jl. Wolter Monginsidi No. 38C, Kebayoran Baru Jakarta Selatan 12170; Tel. 021-7232790-91, 7205203-04; Fax. 7243364; E-mail : viatama@via-learn.com, Website : www.via-learn.com



REGISTRATION FORM

VIATAMA - LEARNING CENTER

Telp. 723 2790-91, 720 5203-04

Fax. 724 3364

E-mail : viatama@via-learn.com; website : www.via-learn.com

Workshop :

Tanggal :

Perusahaan :

Bidang Usaha :

Alamat :

..... Kode Pos :

Telepon : -

Fax : -

E-mail :

No	Nama Peserta	Panggilan	Jabatan
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Jakarta,

Menyetujui,

Penanggung Jawab,

Nama : Nama :

Jabatan : Jabatan :

UNTUK KONFIRMASI PENDAFTARAN, HARAP FORMULIR INI DIISI DAN DIFAX KEMBALI. PEMBAYARAN DITRANSFER KE PT. VIATAMA TRIMITRA SEDJATI, CITIBANK CABANG PONDOK INDAH NO. REK. 3000182154, SELAMBAT-LAMBATNYA **5 HARI KERJA SEBELUM TANGGAL PELATIHAN**. **BIAYA BELUM TERMASUK PPH PASAL 23**.
DENGAN KETENTUAN :

- PEMBATALAN 2 HARI KERJA SEBELUM PELAKSANAAN DIKENAKAN **BIAYA ADMINISTRASI 25%**.
- PEMBATALAN 1 HARI KERJA SEBELUM PELAKSANAAN DIKENAKAN **BIAYA ADMINISTRASI 50%**.
- PEMBATALAN PADA HARI PELAKSANAAN DIKENAKAN **BIAYA ADMINISTRASI 100%**.