

NOUVEAUTÉ

# MARKETING DIGITAL ET STRATÉGIE E-COMMERCE DES LABORATOIRES PHARMACEUTIQUES

Relation client multicanal, services numériques, présence sur les réseaux sociaux, vente en ligne : où en est la Pharma en 2022 ?

KRUNJA

## Une étude pour :

- ▶ Comprendre les nouveaux usages numériques et leurs impacts sur le marketing pharmaceutique BtoB et BtoC
- ▶ Découvrir les stratégies multicanal des laboratoires et leurs initiatives les plus inspirantes
- ▶ Analyser les leviers d'une approche réellement « customer centric »



Une analyse à 360° de la transformation numérique des stratégies marketing et commerciales de la Pharma

# TRANSFORMATION NUMÉRIQUE : OÙ EN EST LA PHARMA EN 2022 ?



**Hélène Charrondière**

Directrice du pôle  
Pharmacie-Santé



@hcharrondiere

Renforcée par la crise sanitaire, la place du numérique dans le mix-marketing promotionnel et les politiques de communication devrait s'amplifier dans les années à venir. En deux ans, les usages numériques ont considérablement gagné en maturité, la dématérialisation des échanges avec les professionnels de santé s'est accélérée et les solutions digitales se sont démocratisées parmi les patients.

Au-delà du contexte épidémique, cette transformation numérique se nourrit d'une offre large de solutions (e-detailing pour la visite médicale, congrès médicaux, événements et RP on line, plates-formes de commandes en ligne pour les pharmaciens, etc.) et s'opère grâce au déploiement d'innovations technologiques, comme la réalité augmentée pour la formation des professionnels de santé, les thérapies numériques ou les solutions « beyond-the-pill », associant médicaments, dispositifs médicaux communicants et services en ligne... L'ère post-covid ouvre la voie à la création d'écosystèmes numériques plus complets, qui permettront à l'industrie pharmaceutique de passer d'une approche « product centric » à une démarche « customer centric ».

Quels sont les enjeux et les leviers de cette transformation ? Quelles sont les organisations et les stratégies d'alliances mises en place pour la réussir ? Quelles sont les initiatives les plus inspirantes ? Quelles offres numériques privilégier afin de répondre aux nouvelles attentes des professionnels de santé et des patients ?

Autant de questions auxquelles répond cette nouvelle étude.

## Une étude réalisée en partenariat avec La Pharmacie Digitale



### DESK RESEARCH

Des recherches documentaires sur les nouveaux usages numériques dans la santé... pour vous éclairer sur le nouvel environnement numérique de la Pharma.



### BUSINESS CASES

Un large panel d'initiatives et de services numériques développés par les laboratoires... pour identifier les stratégies mises en œuvre et les démarches les plus inspirantes.



### VISION PROSPECTIVE

Une analyse des fondamentaux du marketing numérique : marketing affinitaire, health brand content, data management... pour comprendre les leviers d'une approche réellement customer centric.

## Plan de l'étude

**Aller à l'essentiel :** synthèse et enseignements clés

### **Nouvel environnement, nouveaux usages numériques à l'ère post-covid : quels enjeux pour les laboratoires pharmaceutiques ?**

Ce que la crise sanitaire a profondément transformé dans le domaine de la santé : démocratisation de la téléconsultation, essor de la e-santé, boom du e-commerce...

Professionnels de santé moins disponibles, préférence pour les échanges entre pairs, virtualisation des congrès médicaux : la visite médicale et le lien médecin-laboratoire sont à réinventer  
Méfiance à l'égard des médicaments, littératie numérique, fake news et exposition sur les réseaux sociaux : les nouveaux défis de la communication auprès des patients

La nécessaire transformation des modèles commerciaux et de distribution à l'heure du e-commerce

### **Marketing pharmaceutique : les leviers de la transformation numérique**

Gouvernance et acculturation numérique des équipes

Open innovation, digital factory et fertilisation croisée avec les start-up de la e-santé et les BigTech

Data management et IA au service des nouvelles politiques marketing et commerciales

Health brand content et nouveaux territoires de communication légitimes pour la Pharma

### **Axes d'innovation et initiatives inspirantes dans 6 domaines clés**

Une analyse présentant les initiatives de nombreux laboratoires : Amgen, AstraZeneca, Biogen, Celgene, Ethypharm, Ipsen, Janssen, Horus Pharma, Novartis, Novo Nordisk, Pfizer, Pierre Fabre, Roche, Sanofi, Servier, Takeda, Uργο...

La visite médicale « augmentée » par le numérique : comment améliorer l'engagement des prescripteurs ?

E-commerce et services numériques en pharmacie : comment répondre aux attentes des pharmaciens ?

Les solutions intégrées « beyond-the-pill » : comment le numérique peut-il valoriser les approches patient-centric et créer de la valeur pour la Pharma ?

Les thérapies numériques : quel est le potentiel de ce nouveau marché ?

Plateformisation des services de santé : quelles offres proposer à ces nouveaux écosystèmes de la e-santé ?

Réalité augmentée, virtuelle et métavers : quels champs d'application et quelles opportunités dans la formation des professionnels de santé, le medical education et les parcours patients ?

► Retrouvez sur [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr) le plan détaillé et téléchargez un extrait de cette étude



## PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

### Acteurs

- Laboratoires pharmaceutiques
- Prestataires de services pharmaceutiques
- Start-up de la e-santé
- BigTech et Gafam

### Canaux de communication et de promotion

- E-detailing et visite pharmaceutique online
- Congrès médicaux online
- Réseaux sociaux
- Sites Internet d'information (produits, environnement)
- Vente en ligne

### Produits, services et technologies

- Solutions beyond-the-pill
- DTx
- Réalité augmentée et virtuelle
- Métavers
- IOMT

### QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 30 ans, **Les Echos Etudes** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

### CES ETUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

- ▶ **Les e-pharmacies en France**  
Les 35 sites marchands leaders en audience passés au crible
- ▶ **La stratégie de Zur Rose dans la e-santé**  
Comment le leader européen de la vente en ligne compte devenir la première entreprise plate-forme de santé en Europe
- ▶ **La stratégie de Google dans la santé**  
IA, Big data et Cloud computing au service d'une grande ambition : inventer la médecine de demain

### Bon de commande

## Marketing digital et stratégie e-commerce des laboratoires pharmaceutiques

#### Version PDF

- Pour 1 utilisateur\***  
3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs\***  
4 355 € HT - 4 594,53 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs\***  
5 025 € HT - 5 301,38 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs\***, nous contacter

#### Version papier

- 3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)

#### Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 335 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : .....

#### Option présentation orale de l'étude par l'expert auprès de vos équipes.

- Pour une présentation personnalisée, nous vous proposons un accompagnement sur-mesure.

Contactez nous au 01.49.53.63.00

Email : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr)

#### Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : ..... Prénom : .....

Fonction : ..... Société : .....

Adresse : .....

Tél : ..... E-mail : .....

#### Facturation

Société : .....

Email : .....

SIRET : .....

Contact : .....

#### Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)

- Chèque à l'ordre des Echos Solutions

- Carte bancaire sur [lesechos-etudes.fr](http://lesechos-etudes.fr)

- Règlement à réception de facture

Date : ...../...../..... Signature : .....

\* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr).

Les Echos Etudes collecte et traite vos données personnelles aux fins de gestion de votre commande. Si vous y consentez, vos données, notamment votre numéro de téléphone, pourront être utilisées à des fins de prospections commerciales par le groupe Les Echos Le Parisien et/ou ses partenaires.

Conformément à la réglementation en vigueur, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition, de limitation et de portabilité de vos données.

Pour en savoir plus sur vos droits et nos traitements, consultez notre politique de confidentialité sur notre site internet [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr)

Si vous souhaitez recevoir de notre part des offres de produits et services analogues, vous pouvez cocher cette case

Si vous souhaitez recevoir les offres de Groupe Les Echos Le Parisien, merci de cocher cette case

Si vous souhaitez recevoir les offres des partenaires du Groupe Les Echos Le Parisien, merci de cocher cette case