

## 5. kongres Pharma Profit

### PROGRAM

20. 10. 2016 Olomouc, Clarion Congress Hotel

**7.30-8.30 Registrace**

**8.30-9.00 Zahájení, úvodní slovo organizátora**

**9.00–10.00 Panelová diskuse: Dostupnost léků, reexport, výkon, místo prodeje, aktuality**

- Co přináší novelizace Zákona o léčivech a Zákona o registru smluv.
- Která opatření se dotknou dostupnosti léčivých přípravků, re-exportu, podmínek dodávek od distributorů.
- Jaké jsou vyhlídky dispenzačního poplatku či jiných odborných výkonů a úpravy marže.

*Moderuje: PharmDr. Michal Krejsta, MBA, předseda Asociace velkodistributorů léčiv*

*Účastníci: PharmDr. Alena Tomášková, MZ ČR; Ing. Daniel Horák, APLS; PharmDr.*

*Lubomír Chudoba, Česká lékárnická komora; Mgr. Martin Mátl, Česká asociace farmaceutických firem; Pavla Cihlářová, GSI Czech Republic*

**10.00-10.45 Category management v Evropě**

Jak ke category managementu přistupují evropské členské země projektu Alphega lékárna? Jak měří jeho efektivitu a spolupracují s výrobcí?

*David Rogers, head of retail offer development, Alphega Pharmacy Europe*

**10.45-11.15 Přestávka**

#### Hlavní sál

**11.15-11.45 E - learning: Moderní způsob komunikace a vzdělávání**

E - learning dnes využívají výrobci, lékárenské řetězce i lékárny. Jak ho zapojit do vzdělávacích a marketingových aktivit, a proč funguje. E - learning ve vztahu k reprezentantovi. Moderní trendy, data a jak s nimi pracovat.

*Richard Laně, marketing & sales manager, Health Communication*

**11.45-12.15 Jak může lékárník komunikovat přímo s výrobcí?**

Umožňuje to nový projekt VirtuRep.

*Rudolf Matějka, jednatel, Mentoria*

**12.15-12.30 Jak nejlépe zviditelnit a uvést novinku v rámci stabilní kategorie?**

Umíte využít inovaci a její potenciál k celkovému růstu obrátu kategorie? Mají novinky dostatečnou viditelnost? Jak optimálně využít synergie podpory B2C (médiu) i podpory B2B (pro lékárny)?

*RNDr. Pavel Ježek, Ph.D., medical advisor CZ/SK, Nestlé Česko*

#### Vedlejší sál

**11.15-12.30 Výsledky Shopper Engagement Study a diskuse na téma POP komunikace a výzkumu**

Seznámí Vás například:

- se sociodemografickými daty o českých nakupujících a jejich segmentaci,
- s faktory ovlivňujícími plánování nákupu,
- s nástroji využívanými při nakupování

- s mírou a důvody nákupního rozhodování v místě prodeje a s aspekty ovlivňujícími neplánované nákupy a atd.,
- se zákaznickým hodnocením prodejen a produktových kategorií,
- s vlivem POP komunikace na prodeje a nákupní rozhodování.

*MSc. Daniel Jesenský, Ph.D., MBA, viceprezident POPAI Central Europe*

*Mgr. Miroslav Paška, account director, Ipsos Marketing*

**12.30-13.30 Oběd**

**13.30-14.15 Jakým způsobem rozvíjet kooperaci lékárny s výrobcem?**

- Praktické každodenní řešení obchodní spolupráce v oblasti efektivního řízení dodávek a skladu.
- Podpora prodeje pomocí vizibility a využití odborného doporučení v rámci příprodeje.
- Vliv marketingových letáku, mediální inzerce apod. na prodeje jednotlivých značek a celých kategorií.

*Ing. Lubomír Calta, výkonný ředitel, síť Magistra*

**14.15-14.45 Ukázka úspěšné spolupráce obchodního reprezentanta a lékárny**

Informace o projektu společnosti Glenmark - Komplexní léčba bolesti, doplněno krátkou videoukázkou  
*PharmDr. Jana Matušková, lektorka dispenzační práce a řízení klíčových procesů v lékárnách*  
*Tomáš Synek, product manager OTC CZ, Glenmark Pharmaceuticals Distribution*

**14.45-15.15 Přestávka**

**15.15-16.45 Jedno téma, tři pohledy – nový formát**

Kategorie nachlazení z hlediska category managementu a dispenzace, legislativy a medicíny  
*PharmDr. Jana Matušková, lektorka dispenzační práce a řízení klíčových procesů v lékárnách*  
*Mgr. Libor Štajer, advokát, advokátní kancelář KMVS*  
*MUDr. Eva Voláková, Klinika plicních nemocí a tuberkulózy, FN Olomouc*

**16.45 Tombola**

**17.00 Závěr**