



Bio-pharma's powerful new
learning platform.

Simulation-Based Learning シミュレーションをベースにした学習

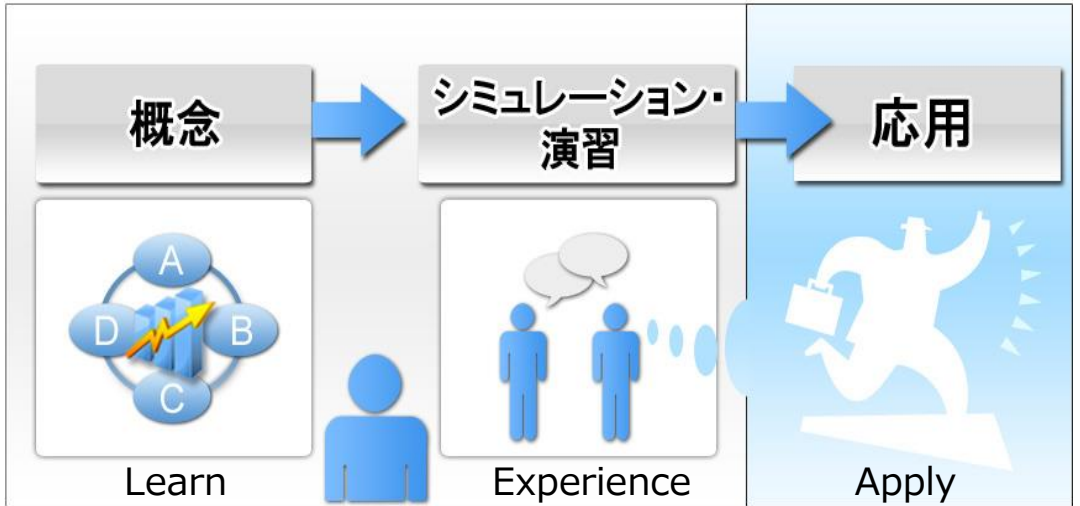
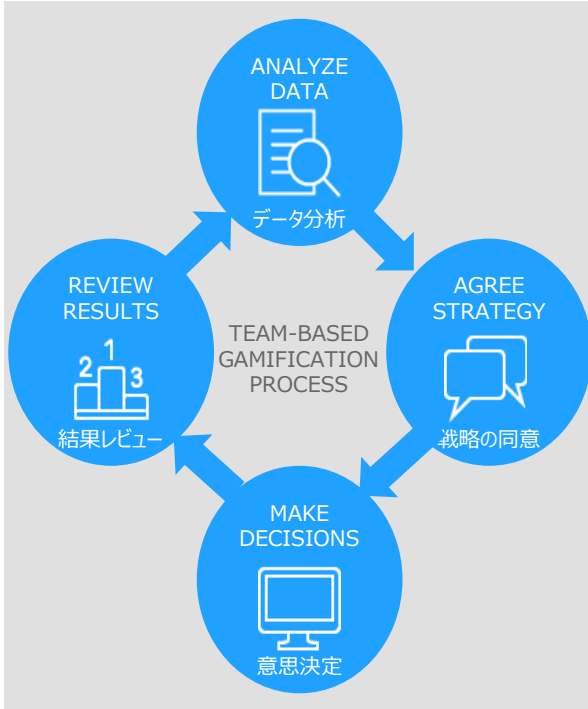
CentrX Scenario Workshops CentrXシナリオワークショップ

CENTRX

Bio-pharma's powerful new learning platform.

Prepare your teams for success

Centrx: embed a customer-centric approach in your commercial strategy.
 コマーシャル戦略で顧客中心アプローチを可能にするCentrx



Take a strategic approach to planning.

プランニングへの戦略的アプローチ



BRAND POSITIONING
ブランド
ポジショニング



SITUATIONAL ANALYSIS
環境分析



COMMERCIAL PLANNING
コマーシャル
プランニング

Receive realistic market feedback to improve.

改善に向けてのリアルな市場フィードバック



MARKET DYNAMICS
マーケット
ダイナミクス



BRAND CONTRIBUTION
ブランド貢献



CUSTOMER INSIGHTS
顧客インサイト



Copyright © 3Rock KK. All rights reserved.



An immersive, competitive learning environment. 疑似体験しながらの、優れた学習環境



Brand Strategy ブランド戦略

Competitive Analysis 競合分析

Customer Insights 顧客インサイト

Targeted Messaging ターゲットにフォーカスしたメッセージ

Build successful brands

Manage strategic and tactical marketing decisions for multiple brands in a realistic market scenario

優位なブランドを 立ち上げる

現実的な市場シナリオでの複数の戦略的戦術的マーケティング策を管理する

Analyze market opportunities

Challenge your team to dig through the data to identify the key areas of opportunity for your brand while beating back the competition

市場機会を分析する

チーム一丸となって、競合を倒し、自社ブランドの主な機会を明確にするためのデータ分析を行う

Become customer-centric

Experience a dynamic approach to discovering and using insights to:

- Develop clear customer offerings
- Sharpen tactical decisions
- Invest in impactful multi-channel marketing programs

顧客中心となる

インサイトを発見し、インサイトを活用しながらのダイナミックなアプローチを経験する

- 有用な顧客インサイトを展開するため
- 戦術的決定をさらに決定的にするため
- インパクトのあるマルチチャネルマーケティングプログラムに投資するため

Engage key stakeholders

Widen your perspective and understand the growing importance of communicating with numerous key stakeholders:

- Prescribers
- Patients
- Pharmacists
- Payers

ステークホルダーを巻き込む

視野を広げ、様々なステークホルダーとコミュニケーションする重要性を理解する

- 医師
- 患者
- 薬剤師
- 保険者



Copyright © 3Rock KK. All rights reserved.



CentrXシミュレーションワークショップ

- ◆ 長期収載品を抱えながら生物学的製剤の時代を戦っていくために、製薬企業の重要課題に沿った新しいプログラムを開発しました。
- ◆ 本ワークショップでは参加者がチームを組み、PCシミュレーションを実施します。担当するブランドをきちんと管理し、売上で競合他社を上回ることが求められます。
- ◆ データ分析結果や費用対効果を検討した上での意思決定を体験し、切れ味のあるブランドプランの戦略立案と実行ができるようにします。



ワークショップの学習効果、参加対象者

◆ シミュレーションを通じての学習内容

- 多数の競合品を意識した有効なリソース配分
- 膨大なデータを効果的に戦略立案に活かすためのポイント
- KPI設定・測定、軌道修正の適切な方法
- 有効なステークホルダーへの対応
- 鋭いセグメンテーションとターゲティングの仕方
- マルチチャネルの有効活用
- 市販後臨床試験のデータジェネレーション・新剤形の導入・適応追加などのLCMに関する意思決定の決断ポイント

◆ 参加対象者

- マーケティング、コミュニケーション
- 営業推進、営業企画、SFE
- 学術、メディカル、LCM
- ポートフォリオマネジメント
- 企画、管理、ファイナンス

ワークショップ全体の流れ

Pre-read送付 (2週間前)

- 個人でのケースに関する事前学習

Kick-off キックオフ (1日目)

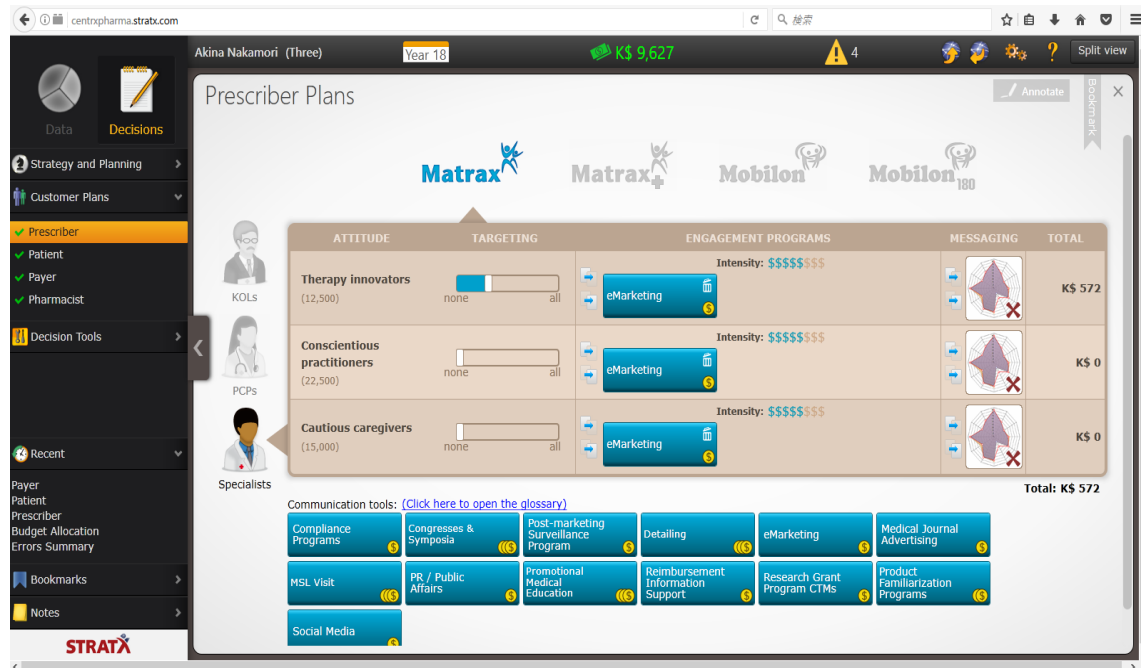
- プログラム概要と目的について
- シミュレーション本番に向けた事前準備（環境分析など）
- チームビルディング、懇親会

Core WS コア・ワークショップ (2日目)

- シミュレーションアクセス開始と操作案内
- 講義、ベストプラクティスの共有
- 6年分の意思決定
- 結果分析と軌道修正
- 今後のアクションアイテムの確認

シミュレーションの進め方のイメージ

- Drへのアプローチ
 - ターゲット医師の決定
 - アプローチ方法の選択
- その他プログラム
 - 保険者、薬剤師への対策
- 製品ごとの予算配分の決定
- LCMに関する意思決定
 - 剤形追加
 - フェーズIVトライアル
 - 疾患啓発ツールの導入 など



※シミュレーション画面は英語表記、講義は日本語となります。日本語の補助資料を使用して解説します

Contacts

3Rock KK

MH Yoyogi-Uehara 3F
3-6-5 Nishihara, Shibuya-ku
Tokyo 151-0066 JAPAN
Tel : 03-5465-0367 / Fax : 03-5465-0368
www.3rockconsulting.com



Copyright © 3Rock KK. All rights reserved.

