



マーケターの実力は、基礎力の上に磨かれる

医療業界
向け

「戦略マーケティング ベーシック」セミナー

一流のマーケターを目指すには、まずは基礎力を磨きその上で実践を積み重ねていくことが重要です。

本プログラムでは事前にオンラインにて基礎知識を身につけ、その後、集合研修に参加していただきます。これにより参加者が高い学習効果を実感できると同時に、同業他社とより深いディスカッションができるため、多くの刺激を受けることができます。

豊富な医療業界での経験をもとに構成された実践的なプログラムは、これまで多くの医療業界の方々が受講し、高い評価を得ております。是非ご参加ください。



受講対象者

- ▶ 他部署からマーケティング関連部署に異動になった方
- ▶ 営業企画・推進、臨床開発、MSLなど、マーケティングと連携しながら業務を行う方
- ▶ これから自分の製品を担当するジュニアマーケター
- ▶ メディカル・マーケティングを体系的に知っておきたい/基礎理論を勉強したい方 など

セミナーの特徴

✓ メディカル・マーケティングの基礎が身につく

PEST、SWOT、KSF、アクションプランの作成をそれぞれ独立したものではなく、一貫した流れで作成できるようになります。また、医療関係者へプロモーションする際の規制や、患者フォーカスといった基本的なテーマが盛り込まれているので、より受講者の理解が深まります。これまで自己流で行っていたマーケティングを、理論立てて基礎から学びなおすことで、一つ上のレベルの仕事ができるようになります。

✓ オンラインベースの事前学習コンテンツで学習効果をアップ

受講者には事前にオンラインコンテンツにて予習していただきます。これにより、当日のディスカッションに積極的に参加でき、より高い学習効果が期待できます。

✓ 架空医薬品のCase Studyを使用。自分の製品への応用がしやすい

架空の医薬品のCase Studyを用いたグループワークを行います。Caseには、「後発品の導入」「適応症」「ガイドライン」「適正使用」といったテーマが盛り込まれており、セミナー終了後すぐに自分の担当製品に置き換えて実践することが可能です。

✓ アクションラーニングにより、理解度&定着度がグンとアップ！

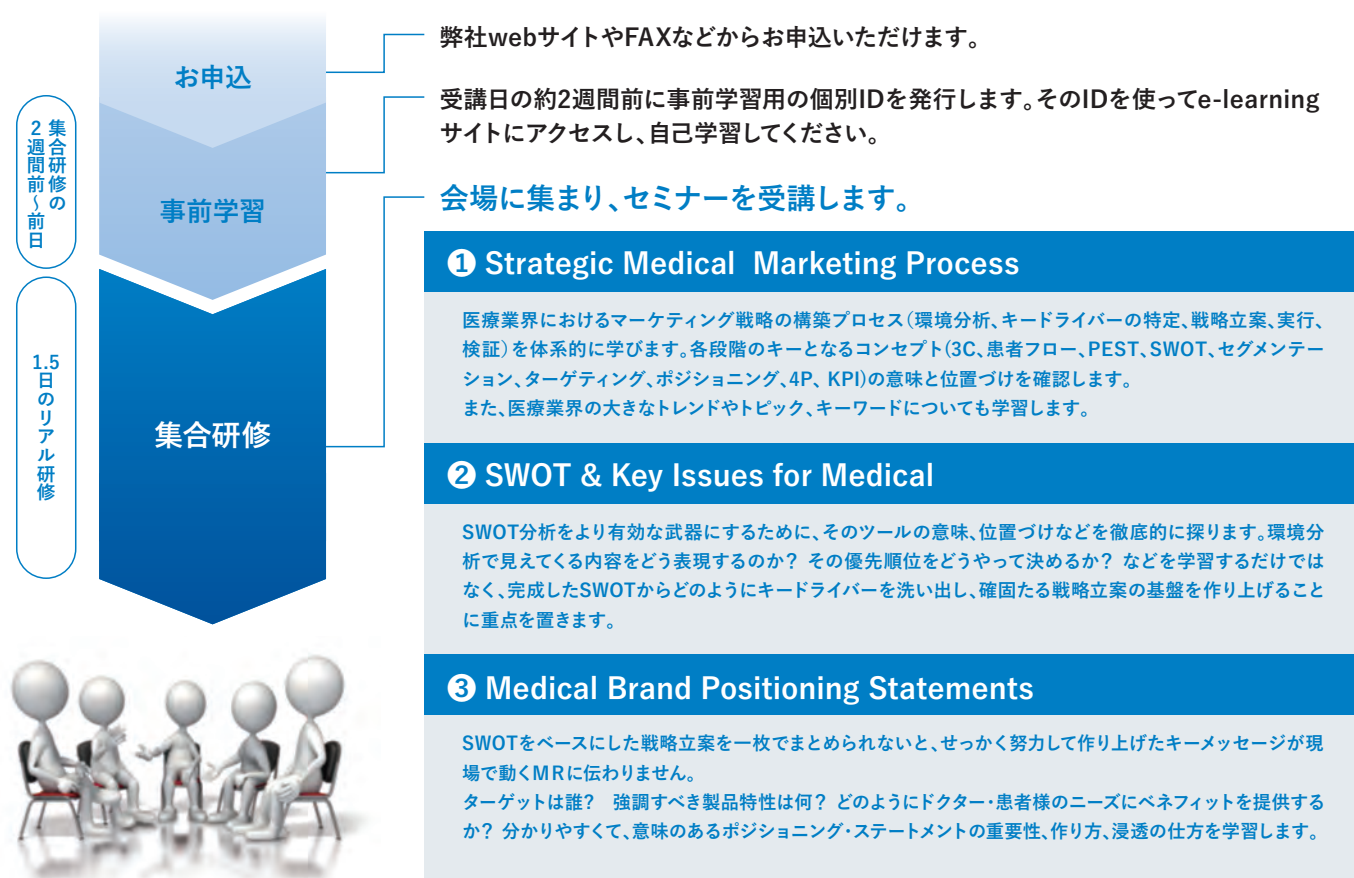
スリーロックのプログラムは単なる座学に留まりません。他社の受講者とグループを組み、様々な課題にチャレンジすることで、理解度を向上します。グループ内でディスカッションを重ねることで、お互いに刺激を受け様々な気づきを得る事ができるでしょう！

✓ スリーロックだから可能な的確なアドバイス

スリーロックは、国内製薬企業上位20社中18社とお付き合いさせていただいております。受講者の疑問に対し、よりの確なアドバイスを提供することができます。



受講の流れとセミナー内容



受講者の声

- 製薬企業の視点に立った講義内容だったため、仮定の例においても、理解がしやすかった。またマーケティングで用いるフレームの本質的な意味を改めて理解しました。
- 教科書通りではなく、現在の状況に即した意見を教えていただいたのがとても参考になった。
- より明確なアンメットニーズを捉えた競争力をつけるポジショニングが、自ブランドの戦略課題だと分かりました。
- 淡々とした講義ではなく、情熱とユーモアを感じる講義は飽きる事はありませんでした。また参加者の巻き込み方も絶妙でした。とにかく楽しかったです。

講師の紹介

Jeffrey B. Schnack ジェフリー・シュナック
スリーロック株式会社 代表取締役社長

新規市場開拓や海外進出を支援するコンサルティング会社からキャリアをスタート。ドイツのメーカーの日本法人社長としてアジア拠点を立ち上げた後、JR東日本初の海外子会社社長として米国での事業を軌道に乗せ、その商品が日経新聞年間新製品ランキング第2位に選ばれる。現在は製薬・ヘルスケア業界のマーケティング・セールス部門を中心に、コンピューターシミュレーションや応用ツールを取り入れた能力開発プログラムで注目を集めており、数多くのマーケティングやセールスエキスパートの育成に携わっている。「Monthlyミクス」など業界誌にも執筆多数。東京工業大学イノベーションマネジメント研究科CUMOTコース「ブランドマネジメント」及び「プロジェクトマネジメント」、九州大学ロバート・ファン・アントレプレナーシップ・センター「テクノロジーマーケティング」など、複数のMBA、MOT及び大学で講師を歴任。国外においては、スタンフォード大学でのIT&医療コンファレンス「Medicine X」、パリ国際会議「Doctors™ 2.0 & You」などで講演を行う。





Must-Have Marketing Skills

Medical-
Focused

“Strategic Marketing BASIC” Seminar

Top marketers need to first master the basics and then apply them in their day-to-day work.

Participants begin this program with an online learning module even before arriving at the group seminar. This allows them to engage more deeply with the learning content at the actual seminar and participate proactively in exciting discussions with other participants from various companies in the healthcare industry.

This is a practical program developed with our vast industry experience. Over the past several years several hundred participants have already joined and recommended it to others. Fill in your application today!



This course is for:

- ▶ Those who have just moved from the field or other responsibilities to marketing or sales planning departments
- ▶ Staff in sales planning / promotion, clinical development, and medical sections that collaborate with Marketing
- ▶ Junior brand marketers
- ▶ Those in related areas who require a solid basic overview of medical marketing strategy

About the Seminar

Basics of Medical Marketing

See how to create PEST, SWOT, KSF's, and action plans as part of a comprehensive flow, not as stand-alone pieces. Participants will deepen their understanding of basic themes and recent changes such as in regulations around HCP promotions, increasing focus on patients, etc. This seminar will help participants reach a higher level of marketing capability by understanding and applying the logical process behind the basics of marketing, instead of just doing it in their own way.

Accelerate learning with pre-study online material

Participants will be required to pre-study online. This will lead to an active discussion at the actual seminar and deeper learning.

Hypothetical Case Study—Easy to apply to actual product

The seminar includes a heavy focus on group work using a “hypothetical” pharma case study. Themes addressed in the case study include: generic penetration, differences in competitive products' indications, guidelines, proper usage vs. off-label, etc. The case feels very real and allows participants to immediately apply their learning to their products back in the office.

Action learning boosts understanding & memory

3Rock programs are more than textbook learning. Participants build a deep understanding through group work with peers from different companies and standpoints in the healthcare medical industry. Sharing different approaches gets the teams thinking and questioning their own “stock” approaches, bringing new understanding and building retention.

Clear, applicable advice that only 3Rock can provide

3Rock does business with 18 of the 20 top pharmaceutical companies in Japan, which allows us a wide range of experience from which to provide suitable feedback to participants.



Seminar Content and Flow



What Past Participants Say



The whole seminar was designed from a pharma standpoint, and the case examples were easy to grasp. It deepened my understanding of importance and structure of the overall marketing framework.



This was no "textbook seminar". The content was based on a realistic situation which I think is valuable.



The course made me realize that our strategic challenge is to grasp unmet needs more clearly in order to improve our competitive position.



The facilitator's passion and sense of humor made it very easy to listen to. Great participant involvement—I really enjoyed it!

Facilitator **Jeffrey B. Schnack** President, 3Rock KK

Jeff began his career with a boutique consulting firm focusing on business development in new overseas markets. He then launched the Japan subsidiary of a German manufacturer, and then led the first overseas subsidiary of the East Japan Railways Group, creating a new business in the US that won a #2 ranking in the Nikkei Shimbun New Product of the Year competition. He now focuses on capabilities development for commercial sales and marketing teams in the pharma and healthcare industry. He is well-known for applying innovative new ideas, including cutting-edge simulation and other digital tools, to help his client organizations build capabilities that set them apart from the competition. He is also a regular contributor to industry magazines such as Monthly Mix. His teaching credits include courses on Brand and Project Management in the CUMOT program at the Tokyo University of Technology, and Technology Marketing at the Robert T. Huang Entrepreneurship Center of Kyushu University. Recently he has spoken overseas at digital healthcare events "Medicine X" at Stanford University and "Doctors 2.0™ & You" in Paris. Born the US state of Iowa, Jeff is trilingual in Japanese, German, and English. He graduated top of his Executive MBA class at the University of San Francisco. He also holds a Graduate Diploma in International Relations from the University of Vienna, which he attended on a Fulbright Scholarship, and a BA with Phi Beta Kappa and magna cum laude honors from Amherst College. Jeff played basketball in college and a bit with a semi-professional league in Europe. He currently enjoys getting outside of Tokyo to ski, camp, or climb mountains with his family.



受講申込書 医療業界向け「戦略マーケティング ベーシック」
Medical-Focused “Strategic Marketing Basic” Application Form

申込日：

年 月 日

1. 日 時： 2019 年 2 月 18 日（月） 13:30～17:30 ※集合研修の 2 週間前よりオンラインにて
2019 年 2 月 19 日（火） 9:30～17:00 事前学習を実施していただきます。
2. 会 場： 東京都内（ご担当者様、受講者様には決定次第ご連絡いたします）
3. 受 講 料： 1 名 135,000 円（税込）
4. ご担当者様情報

貴社名			
ご請求書 送付先住所	〒		
ご所属部署		役 職	
お 名 前		フリガナ	
電話番号		FAX	
e-mail			

※ ご担当者様には、FAX 受領後に「受付確認票」兼「請求書」を郵送致します。開催前には受講者様ごとに、会場など各種ご案内をメールでお送りしますので、可能な限り、下記にご記入下さるようお願いいたします。弊社から受講者様への事前案内に関しましては、受講者様ごとのメールアドレスの記載がない場合には、ご担当者様を通じて各受講者様へ転送していただくようお願い申し上げます。

5. 受講者様情報

※ 6 名様以上の場合は本用紙をコピーしてご記入ください。

	ご所属部署	役 職	フリガナ お名前	e-mail
1				
2				
3				
4				
5				

1. お申込みは、必要事項をご記入のうえ、FAX にてご送付ください。受付後ご担当者様宛てに「受付確認票」兼「請求書」をお送りします。1 週間が経過しても届かない場合は、弊社までご連絡ください。
2. 受講料は事前学習の ID 発行の前日（2019 年 2 月 1 日）までに下記口座にお振込みください。恐れ入りますが振込手数料はご負担ください。三菱 UFJ 銀行 浜松町支店（普通）3721574 スリーロック株式会社
3. キャンセルについて：事前学習 ID 発行（2 月 4 日）後のキャンセルは 100%を申し受けますので、ご了承ください。
4. 定員に満たないなど、事情により、開催日を変更する場合があります。ご登録いただいた方々には少なくとも 1 週間前に順延の有無をご連絡し、お預かりした受講費用は順延開催時に適用させていただきます。