

Marketing Management untuk Industri Farmasi

Industry : Pharmaceutical, Distributor, Alat Kesehatan

- Kelas Marketing Management di buat untuk memperdalam detail dari esensi Marketing yang termasuk didalamnya Strategic Planning, Market Research, Product Panning and Development, Promotion, Distribution, Pricing.
- Pelatihan ini menyajikan pemahaman yang mendalam tentang teori Marketing Mix yang variatif dan aplikasi praktis dalam proses Marketing Management
- Pelatihan akan membawa kepada para peserta untuk benar benar menjadi Market Oeriented yang sangat berguna dalam memasarkan produk
- Mengembangkan Skill para peserta untuk semakin sensitive dengan situasi pasar dan perusahaan dalam membangun Marketing Plan yang sesuai

Trainer: Anwar Haliyanto, MM

WAKTU PELAKSANAAN

04 - 05 Desember 2026

09:00 - 17:00 WIB

TEMPAT PELATIHAN

Location: Kuretakeso Hotel - Kemang / Best Western Premier - Cawang / The Aryaduta Hotel Semanggi

Harga

Group Price: Rp 5.350.000
Full Fare: Rp 5.950.000

**) Harga di atas tidak dikenakan PPN 11%, sudah termasuk makan siang, snack, sertifikat, dan modul.*

Tujuan Pelatihan

Setelah selesai mengikuti program ini para Peserta akan memiliki kemampuan :

- Membuat Marketing Plan

- Melakukan analisa situasi Makro dan Mikro
- Forecasting
- Memciptakan Strategy kreatif yang sulit di tandingi lawan
- Untuk Memastikan implementasi dari semua rencana Marketing

Outline Materi

Bagian I. Pembahasan Mendalam tentangMarketing Management

1. Marketing and Marketing Management Process

- Fungsi Marketing
- Peran Marketing dalam Masyarakat Modern
- Budaya Marketing
- Marketing sebagai Proses Management

2. Peran Marketing dalam Startegy Perusahaan

- Strategy Marketing Perusahaan beda level akan mempunyai isu yang berbeda , Dimana peran kita ? , Implemantasi Marketing dalam Strategy Bisnis

Bagian II. Analisa Peluang Pasar

1. Bagaimana Menganalisa Situasi Pasar ?

- Analisa pasar secara Makro
- Analisa Pasar secara Mikro
- Menemukan isu Kritis yang sangat berpengaruh terhadap Pasar
- Bagaimana dengan isu internal Perusahaan

2. Dokter, Pasien dan Customer lain (Rumah Sakit, Apotek, Klinik, Asuransi dll)

- Consumers' purchasing decisions
- Prosen pembelian personal vs pengaruh lingkunagn social

3. Market Segmentation

- Segmentation, Targeting, and Positioning
- Memahami proses Segmentasi
- Targeting dan Positioning

5. Riset Pasar

- Model dan Proses Riset Pasar
- Bagaimana mengukur kekuatan Pasar
- Apa saja kegiatan Kompetitor

Bagian III. Membuat Marketing Program

1. Marketing program

- Proses penting dalam membuat Program Marketing
- Menyesuaikan program Marketing dengan kepentingan Bisnis Perusahaan secara umum

2. memilih produk

- Klasifikasi Produk
- branding and packaging
- Strategy Product-line
- Strategy produk Baru

3. Menentukan Harga

- Proses dalam menentukan Harga
- Strategy Harga / Pricing Strategy
- Strategy naik Harga untuk existing Produk

4. Mengelola Distribusi

- Channel Distribusi yang Mana ?
- Fungsi dari Masing masing Channel

5. Promotion mix

- Program Promosi
- Advertising
- Sales force management

Bagian IV. IMPLEMENTASI

1. Actipn Plan
2. Monitoring and Controlling Marketing Programs / Marketing Audit

Peserta

- Produk Specialist, Produk Manager, Sales Manager, Brand Manager, Marketing Manager, Training Manager

Metode Pelatihan

- Menggunakan Metode TSD (Tell – Show – Do) yaitu :
- Memberi penjelasan atau menerangkan materi (lecturing).
- Memberi Contoh atas materi yang telah diterangkan

Selanjutnya meminta setiap peserta baik secara perorangan maupun grup melakukan Latihan dan Mempraktekkan keterampilan yang telah diajarkan, yang antara lain :

- Case study, memecahkan masalah yang dihadapi oleh Para Peserta di lapangan
- Presentasi hasil kinerja
- Membuat evaluasi

Durasi Pelatihan

- Jangka waktu program adalah 2 (dua) hari @7 (tujuh) jam efektif per hari, atau seluruhnya menjadi 14 (empat belas) jam efektif
- Agenda harian dimulai Jam 08.30 pagi dan berakhir jam 17.00, dengan 1 jam makan siang dan 2 kali Coffee Break @ 15 menit.
- Lebih dari 50% waktu digunakan untuk Latiha dan Praktek peserta (Lihat Agenda Program)
- Sebagian besar waktu digunakan untuk Praktek Peserta / Role Play, baik praktek antar peserta maupun dengan pasien secara langsung

Persyaratan Peserta

Peserta diharapkan membaca outline sebelum mengikuti Pelatihan

Instruktur Pelatihan

Anwar Haliyanto, MM

Anwar Haliyanto, salah satu lulusan terbaik dari Prasetya Mulya Business School dengan menyandang Magister Management, yang banyak mempelajari dan mendalami kebijakan strategis perusahaan dalam usahanya untuk terus bertumbuh melalui sumberdaya manusia yang lebih unggul, membuat Anwar banyak terlibat dalam pengembangan sumber daya manusia. Anwar Haliyanto juga alumni Henley University London dibidang management keuangan Perusahaan Kesehatan dan Farmasi, Anwar Haliyanto juga sudah menyelesaikan International Management Program dalam Diabetes Disease Management di Darmstad Germany, Woman's Health Care Seoul dan Fresenius Advance Nutrition Course Hong Kong.

Posisi terakhir nya sebagai Direktur Marketing di salah satu perusahaan Multinasional memberikan banyak pengalaman dalam menyususn strategy maupun implementasi dalam mencapai target perusahaan, ditambah lagi pengalaman di lapangan sebagai Sales Manager, Produk Manager dan Marketing Manager, membuat Anwar Haliyanto mampu berkomunikasi kepada semua lapisan di dalam perusahaan.

Marketing Reasearch adalah salah satu bidang yang selalu menjadi fokus perhatiannya semanjak di posisi Manajer sampai menduduki jajaran direksi karena hal ini merupakan kunci sukses strategy perusahaan

Sejak TH 2010 Anwar Haliyanto, MM memutuskan untuk memulai karirnya sebagai Independent Coach dan Trainer, dengan banyak memberikan pelatihan Marketing, Sales Manegement dan Product Development.

CONTACT US

Operational Office

ILP CENTER 2nd Floor R19, Jl. Raya Pasar Minggu 39A, Jakarta Selatan

Phone

+62 813-8834-2078

Email

regtraining@valueconsulttraining.com

Website

www.valueconsulttraining.com