

【研修 1】 地域医療ネットワーク時代のエリアマーケティング

■目的：地域医療構想の具体化や地域包括ネットワークの展開など本格的な地域医療ネットワークの時代となりました。医薬品マーケティング・営業も「施設・医師単位からネットワークへ」の対応が不可欠となっています。この研修では、エリアに対するターゲティングの考え方を導入して、**エリア戦略を立案し、またその成果を計測する簡単で強力なツールである、エリアバリューマトリックス (AVM) の手法とその実践方法を習得**します。また、AVMに基づいた**重点エリア (重点施設・重点医師・地域医療ネットワーク) 攻略チェックリストを立案**することで、翌日からの活動に役立ちます。

■対象者：原則としてエリアを担当する営業マネジャー（営業所長等）またはMR

■1日研修プログラム例（9:00～17:00の研修を想定）

[午前（3時間）]

- ・講義1：地域医療とエリアマーケティングの考え方
- ・GW1：担当エリアのAVM完成（事前にデータをご提供頂き、研修参加者所属の都道府県のAVMを作成した場合です。それ以外の場合は、後日自社で作成可能なように、AVMの作成方法を詳しく説明します）
- ・講義2：AVMを活用したエリアマーケティングの詳細と事例

[午後（4時間）]

- ・講義3：AVMを活用したエリアマーケティングの詳細と事例（続き）
- ・GW2：担当エリアの現状に関するグループ討議
- ・GW3：担当エリアの重点エリア攻略チェックリスト立案とグループ討議
- ・発表：各グループのチェックリスト発表（Q&Aを含む）
- ・講義4：まとめと講評

[注1] AVM作成のための事前作業については、次項で説明します。

[注2] 「GW」は、グループ作業を意味します（人数は、5人～8人程度）。

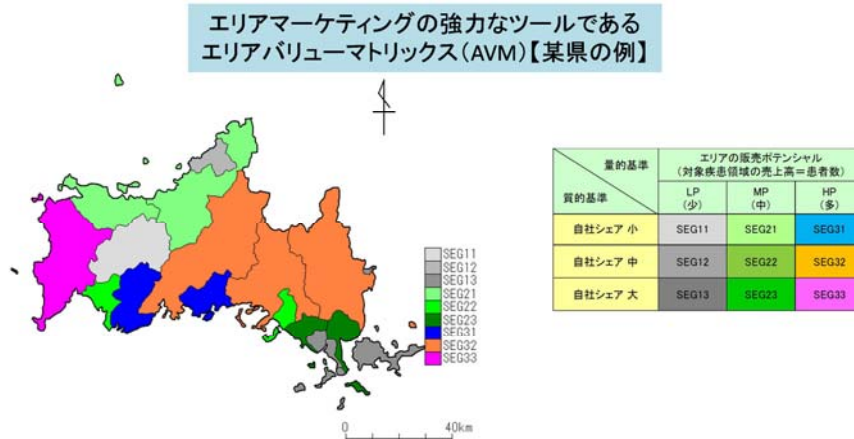
[注3] 講演の場合構成は上記と同じですが、GWが無い代わりに内容が詳細となります。

■AVM作成のための事前作業について（補足）

- ・エリアバリューマトリックス (AVM) とは、エリア（本研修では都道府県単位）における自社の戦略を検証し、強化するために何が必要かを可視化する、簡単で有用なツールです。サンプル図を次ページに示します。
- ・本研修では、貴社のデータを借用してAVM作成の事前作業を行うかどうかで、次の3ヶ

ースを想定しています：

- ケース 1:特に事前作業は行わず、講師が用意した事例を参考にして研修実施。
- ケース 2:研修に参加する支店・営業所が含まれる都道府県のみを対象にして AVM 作成。
- ケース 3:全社（つまり全都道府県）を対象にして AVM 作成。



【ケース 1】

- ・この場合には、午前中の講義の中で、AVM の作成法と事例について詳しく説明します。
- ・午後の GW におけるエリア戦略立案については、担当都道府県の中での重要エリア（市区郡）を研修参加者に選定頂き、戦略立案の作業を行っていただきます。

【ケース 2】

- ・貴社にとって最も重要な薬効領域の JSTR データから、研修参加者の所属する支店・営業所の都道府県のデータのみ、抽出してご提供ください（イメージは下記の通りです）。

| 都道府県コード | 都道府県名 | 市区郡名 | 領域X 売上高合計 | 領域X 当社売上高合計 |
|---------|-------|---------|--------------|----------------|
| 10 | 群馬県 | 群馬県前橋市 | 700,000,000 | 125,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県高崎市 | 500,000,000 | 100,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県桐生市 | 250,000,000 | 70,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県伊勢崎市 | 400,000,000 | 120,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県太田市 | 300,000,000 | 60,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県沼田市 | 100,000,000 | 20,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県館林市 | 150,000,000 | 30,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県渋川市 | 90,000,000 | 20,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県藤岡市 | 85,000,000 | 15,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県富岡市 | 50,000,000 | 7,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県安中市 | 80,000,000 | 20,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県みどり市 | 70,000,000 | 15,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県北群馬郡 | 25,000,000 | 2,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県多野郡 | 3,000,000 | 700,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県甘楽郡 | 40,000,000 | 5,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県吾妻郡 | 50,000,000 | 10,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県利根郡 | 20,000,000 | 4,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県佐波郡 | 45,000,000 | 20,000,000 |
| 10 | 群馬県 | 群馬県島業郡 | 85,000,000 | 15,000,000 |

- ・研修 1 週間前にご提供頂ければ、AVM を地図化して研修用に準備いたします。

【ケース 3】

- ・ケース 2 と同様に、貴社にとって最も重要な薬効領域の全都道府県の JSTR データをご提供ください。全都道府県の AVM を地図化して研修用に準備いたします。
- ・ただし、事前作業期間として 2 週間を見込んでください。

[注] 上記の事前データ分析で借用した JSTR データは、本研修の目的のみに使用し、作業完了後は貴社に返却するとともに、弊社の作業用データは削除致します。

【研修 2】 地域医療ネットワーク時代の MR 活動の質と生産性向上

■目的：MR（または営業マネジャー）がその活動の質を高め、そのことにより継続的に高い成果を達成するために役立つ、すぐに実行可能な実践的な手法を習得すること。具体的には、**日頃の活動内容を自己診断し、さらに質を高めるために、翌日からでも実践可能な活動チェックリストをまとめます。**

■1 日研修プログラム例（9:00～17:00 の研修を想定）

[午前（3 時間）]

- ・ 講義 1：地域医療と MR 生産性の考え方
- ・ GW1：自己診断アンケート（MR 用または営業マネジャー用）記入
- ・ 講義 2：MR 活動および営業マネジャーの質を高めるための理論・事例の詳細

[午後（4 時間）]

- ・ 講義 3：MR 活動および営業マネジャーの質を高めるための理論・事例の詳細（続き）
- ・ GW2：自己診断アンケート（MR 用または営業マネジャー用）の自己採点とグループ内での紹介
- ・ GW3：グループ討議による、翌日から実践可能な、活動の質を高めるチェックリストの作成
- ・ 発表：各グループのチェックリスト発表（Q&A を含む）
- ・ 講義 4：まとめと講評

[注 1] 自己診断アンケート（MR 用またはマネジャー用）は、本研修のために開発された MarkeTech Consulting 独自のものです。

[注 2] 「GW」は、グループ作業を意味します（人数は、5 人～8 人程度）。

[注 3] 講演の場合構成は上記と同じですが、GW が無い代わりに内容が詳細となります。

■自己診断アンケートおよびチェックリストの分析（ご参考）

・本研修の自己診断アンケートや、研修の成果物であるチェックリストを分析することで、MR 活動改善のための科学的で具体的なヒントが得られます。これらの分析をオプションサービスとしてご提供します。

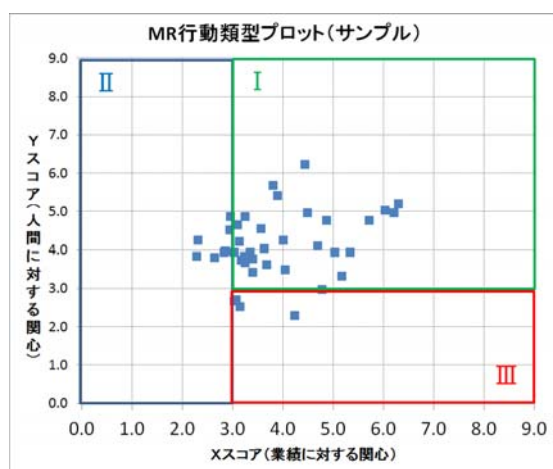
【自己診断アンケートの分析】

・この自己診断アンケートは、「マネジリアル・グリッド理論」をヒントに、MarkeTech Consulting が独自に開発したものです。

・行動診断テストは MR および営業マネジャー用に別々となっており、各々の**行動の質的（人間に対する関心）および量的（業績に関する関心）側面を約 20 の質問に答えてもらう**

ことで行ないます。先入観の少ない、研修開始の時間帯で実施します。この行動診断アンケートの設計は、**ドクターによる MR 評価（製品・疾患知識や人間性などを含む総合的な「質」の評価）には「人間性」の要素が約 50%の重みをもつ**という知見に基づいています。この行動診断で、従来定量的な把握があまりされていなかった MR 活動の人間性の側面を MR 自身が自覚することにより、効果的な MR 活動につなげることが可能です。

・研修の中では自己診断に活用しますが、本分析では、研修参加者全員の結果を多変量解析することで、①研修参加者の行動類型プロット、②研修参加者の業績決定要因、を明らかにします。行動類型プロットのサンプル（40 名分）を以下に示します。



| 類型 | 類型名称と定義 | 一般的な説明 |
|-----|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| I | あるべきMR ($X > 3$ & $Y > 3$) | あなたの行動(ターン)は基本的には望ましい方向です。今後はXとYともに、一層の伸長を目指しましょう。 |
| II | 残念なMR ($X \leq 3$) | あなたは残念ながら業績への関心がやや薄いようです。奮起しましょう。 |
| III | 業績偏重MR ($X > 3$ & $Y \leq 3$) | あなたは残念ながら人間性に対する関心がやや薄いようです。ドクターから強引と思われたいために、人間性に対する関心を深めましょう。 |

・行動診断アンケートの分析は、オプションサービスとしてご提供します。ただし統計的な精度を確保するために、研修参加者の人数が 30 名以上の場合に分析することをお奨めします。

【チェックリストの分析】

・半年または 1 年後に、チェックリストの実践状況をアンケート調査し、多変量解析を行うことで、活動の質と成果との間の因果関係を分析することが可能です。このことにより、チェックリストの内容を科学的に改善でき、MR 生産性向上に役立ちます。

・チェックリストの分析は、オプションサービスとしてご提供します。ただし統計的な精度を確保するために、研修参加者の人数が 30 名以上の場合に分析することをお奨めします。