

Factsheet Curriculum All About Strategy 2024

Binnen de healthcare (Farmaceutische) industrie wordt veel tijd besteed aan het maken van plannen. De vraag die vaak wordt gesteld is: Wat komt er eigenlijk van die plannen terecht en hoe nuttig is de tijdsinvestering in het maken van die plannen? Het curriculum All About Healthcare Strategy gaat ertoe bijdragen dat je volmondig "JA" kan antwoorden op de vraag of het maken van plannen toegevoegde waarde heeft en zal er ook voor zorgen dat de plannen spot-on zijn en dus geïmplementeerd gaan worden!

All About Healthcare Strategy is het complete strategy curriculum wat de deelnemers meeneemt van het allereerste begin: de analyse van de wereld waarin je speelt – helemaal tot het eindproduct een waardevol executieplan.

De opzet is nadrukkelijk cross-functioneel en alle stappen van een gedegen strategie komen aan bod inclusief de bijbehorende toolbox. Uiteraard is er oog voor de theorie, maar zal er ook veel gebruik worden gemaakt van voorbeelden, discussies en workshops. Alles is direct toepasbaar.

Kortom dit is het curriculum voor iedereen die het complete strategische overzicht wil hebben en direct kunnen toepassen. Dit kan op individueel niveau maar zeker ook op (brand) team niveau.



Scan de QR code
en schrijf je in

Facts

- Doelgroep:** Dit curriculum is relevant voor iedereen die zich met strategie en strategische planning bezighoudt, ongeacht ervaring
- Type training:** 4 blokken verdeeld over 3 klassikale bijeenkomsten, met online ondersteuning (incl consulteren). De bijeenkomsten zijn van 9:00 tot ± 15.30
- Vorm:** De dagen zijn opgebouwd vanuit een theoretisch fundament, en wordt er continue een verband gemaakt met de praktijk via voorbeelden, workshops en discussie & stellingen. Er is geen standaard huiswerk voorzien, wel worden de deelnemers geacht om met het geleerde aan de slag te gaan in de dagelijkse werkzaamheden
- Locatie:** Kantoor Smelt; Olympia 2G in Hilversum
- Prijs:** De kosten bedragen €1.950 per deelnemer
Mocht je als brandteam inschrijven (4+) dan kan er een passende prijs worden gemaakt. Training kan ook in-house bv voor een of meerdere brandteams
- Data:** Vrijdag 24 Mei / Vrijdag 31 Mei / Woensdag 5 Juni
- Inschrijven:** Schrijf je in via de link op de website of scan de QR code
<https://www.smeltacademy.nl/all-about-strategy/>



Blok 1: De omgeving, de klant en het product

Het curriculum begint met een holistische analyse van: de klanten, de omgeving en het eigen product en de concurrentie. Met behulp van de strategische toolbox identificeren we data & inzichten en filteren we onderdelen die relevant zijn voor het strategische plan.

Ook zal er inzicht worden gegeven in hoe het gehele proces van strategische planning tot executie eruitziet, wie er betrokken zijn en waarom het maken van keuzes en stellen van vragen zo belangrijk is.

- Klanten: Segmenten, Klant inzicht, Patient flow, Multi Customer mapping
- Omgeving: PESTLE, Key events, Markt analyse
- Product en concurrentie: Benefit ladder, Overige data.

Blok 3: Strategische richting

Met alle inzichten, de SWOT en de positionering zijn alle ingrediënten aanwezig om het strategische plan te gaan formuleren. De standaard opbouw is via Kritische succes factoren naar Strategic Imperatives. Waarbij er ook aandacht is voor KPIs.

Tegenwoordig zien we ook meer en meer OKRs zijn intrede doen. Deze komen ook aan bod en de voor en nadelen worden besproken.

- CSF
- SI
- KPIs
- OKR

Blok 2: Keuzes maken

De brug tussen de omgevingsanalyse en de strategische richting is het maken van keuzes en afwegingen – als cross-functioneel team. De SWOT heeft een centrale rol. Het doen van een SWOT is een gedisciplineerde opgave waarbij vaardigheden en communicatie samenkomen. De uitkomst van de SWOT is inzicht in meest kansrijke en meest bedreigende combinaties van S-W-O-T. Tijdens dit blok leer je, voor eens en voor altijd, hoe je een echte complete SWOT doet.

Daarnaast wordt er ingegaan op de positionering. Waar wil je staan met je product en hoe differentieer je je!

- SWOT
- Positionering

Blok 4: Implementatie plan

Als de strategie staat als een huis met gedefinieerde doelstellingen dan kan er worden gedacht over de activatie. Hierbij veel aandacht voor de customer experience – wat willen onze klanten eigenlijk (link met blok 1). Hoe vertaal je doelstellingen door in customer journeys & messaging en uiteindelijk een tactisch plan waarbij meten ook weer centraal staat.

- Customer Value
- Customer Experience
- Messaging
- Tactical plan

Trainer

De trainer voor dit curriculum is **Marius Hooft**. Marius heeft 20 jaar ervaring in de farmaceutische industrie bij verschillende bedrijven in verschillende rollen en verschillende geografische scopes. Sales, Marketing, Medisch, Omnichannel en operations zijn enkele van de expertise gebieden. Omdat hij gewerkt heeft in de Nederlandse markt, maar ook op een Europees kantoor en in een corporate rol, is hij in staat om de strategie vanuit diverse perspectieven te belichten.

Daarnaast is Marius een geboren trainer. Als deelnemer heb je geen besef van tijd en voor je het weet is de dag voorbij en ga je naar huis met kennis waarbij je de link met de praktijk hebt ervaren. Soms kan het wat gaan duizelen maar meestal wordt er gelachen. Kortom een feest om deel te nemen

