

Liste de vérification après le lancement : Critères pour le choix d'un partenaire de commercialisation

Quatre facteurs pour assurer la réussite d'un produit après le lancement

Votre nouveau traitement a été officiellement lancé. Le travail ne s'arrête toutefois pas là. Une fois le produit sur le marché, la logistique et les besoins des patients fluctuent en temps réel, ce qui exige une stratégie post-lancement flexible.

Sur quoi votre partenaire de commercialisation devrait-il se concentrer après le lancement? Les partenaires efficaces optimisent les programmes et les solutions au besoin pour éliminer les obstacles à l'accès et à l'adhésion et s'assurer que les produits réalisent tout leur potentiel.

Cherchez un partenaire qui est actif dans les domaines post-lancement suivants :

01 Éducation et soutien pour les fournisseurs et les patients

Le bon partenaire offrira : un marketing ciblé, de l'éducation et d'autres solutions de mobilisation pour atténuer les préoccupations relatives au remboursement, à la couverture et à la capacité financière; de l'éducation aux patients sur l'administration, la gestion des effets secondaires et l'adhésion offerte par un soignant qualifié

02 Un plan d'action pour éliminer les obstacles à l'accès

Le bon partenaire offrira : des stratégies pour l'inscription de nouveaux patients au programme de soutien aux patients, des négociations continues avec les payeurs pour l'allongement de la liste des médicaments couverts et un carrefour de services en constante évolution en fonction des besoins des patients

03 Excellence continue en matière de distribution mondiale

Le bon partenaire offrira : des innovations en matière d'infrastructure et de réseau de distribution, de fréquents points de contact pour optimiser la stratégie des canaux; il tiendra compte des volumes des stocks actuels et projetés, corrigera les problèmes d'expédition et offrira une expertise en matière de prévision de la demande et de la répartition

04 Connaissances et analyses en temps réel

Le bon partenaire offrira : des analyses des données d'adoption et des mesures d'engagement des patients, des mesures sur l'atteinte des indicateurs clés de rendement et des recommandations sur les rajustements en temps réel pour améliorer le soutien aux patients et les stratégies de remboursement

Liste de vérification après lancement : Critères pour le choix d'un partenaire de commercialisation

D'autres critères à rechercher

D'autres facteurs généraux sont importants, même après la phase de développement. Recherchez ces caractéristiques générales chez un partenaire de commercialisation.

- **Ils placent les patients au cœur de leurs priorités, toujours.**
C'est l'enjeu principal. Mais il ne suffit pas de le dire. Soyez à l'affût d'actions tangibles, comme des investissements dans le personnel et la technologie qui permettent d'améliorer de façon significative l'expérience des patients.
- **L'entreprise est plus qu'un regroupement de services distinct.** Cherchez un partenaire avec une suite de solutions de commercialisation entièrement intégrées plutôt qu'un qui ne fait que rassembler des services divers.
- **L'entreprise est constamment à la recherche de solutions pour relever les défis actuels en matière de soins de santé.** Aujourd'hui, naviguer dans le système de santé est une tâche complexe; cherchez donc une entreprise qui peut prouver qu'elle est toujours à la recherche de solutions qui fonctionnent dans le monde réel. Demandez si l'entreprise a déjà eu à gérer des défis complexes afin d'évaluer leur volonté à résoudre des problèmes.
- **Ils font des placements réalisables.** Cherchez un partenaire qui est prêt à investir là où il y a des lacunes, tant dans les technologies que dans les politiques sur la santé.
- **Ils combinent leur portée mondiale avec une connaissance du marché local.** Les meilleurs partenaires ont une portée internationale et une expertise locale. Les grandes marques avec des équipes locales sur le terrain parviennent à atteindre cet équilibre.

Nous sommes conscients que ce n'est pas aussi simple qu'il y paraît. Communiquez avec nous aujourd'hui pour apprendre comment les solutions de gestion du cycle de vie des produits d'AmerisourceBergen sont conçues pour assurer le succès.