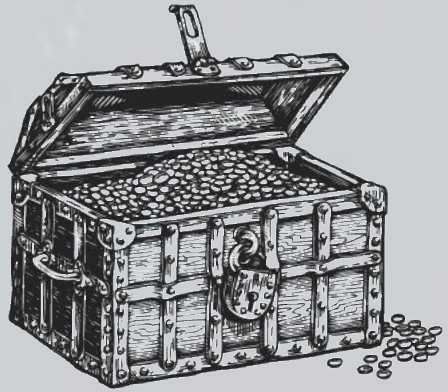
«ВЕСЕЛЫЙ РОДЖЕР»

КОМАНДНАЯ ДЕЛОВАЯ ИГРА

Абсолютно новый формат для решения традиционных задач FFS

ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ

«Веселый Роджер» — деловая игра на развитие комплекса навыков для эффективной работы медицинского представителя

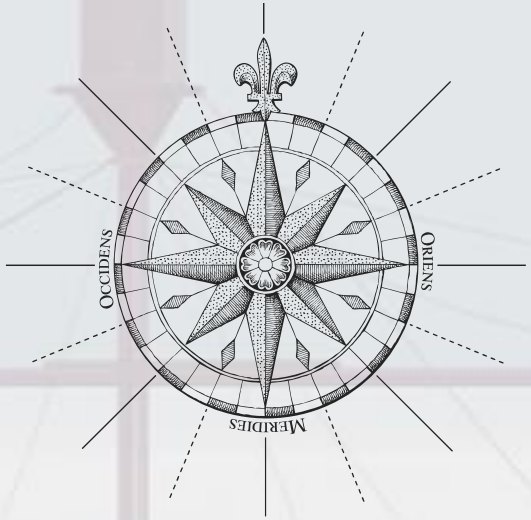


Игра позволяет:

- Найти у потенциальных клиентов «своих» пациентов и «продать» идею использования именно своего препарата
- Выполнить план «продаж»: заключить договоренности об использовании препарата максимальному количеству больных.
- Использовать «по-клиентское» планирование в строгом соответствии с маркетинговой стратегией
- Проанализировать выделенные ресурсы и инструменты и использовать их рационально
- Технично проработать сложные возражения в финале игры
- Быстро освоить продуктовые знания за счет обмена информации в команде

Наша игра предполагает эффективные и высокотехнологичные решения, позволяющие моделировать необходимую бизнес-среду с максимальной реалистичностью в новом и интересном для участников формате.

МЕХАНИКА И КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ



Механика самой игры предполагает большой простор для участников.

Медицинские представители делятся в начале игры на команды.
Капитанов команд нет. Команды определяют своих лидеров сами в ходе игры.
К каким клиентам идти, в какой последовательности, что говорить и какие инструменты использовать - команды определяют сами.

Отсутствие влияния менеджмента в ходе игры способствует лучшему принятию стратегии продаж. Все это дает возможность для МП проявить лидерские навыки.

Внутри команды участники делятся на пары (по одному из каждого BU).
Каждый участник консультирует коллегу по всем вопросам проведения визита, а затем дает развивающую обратную связь. После этого участники меняются ролями.

За каждый игровой период каждый может сделать 2-3 визита (за всю игру до 10).
Визиты оцениваются менеджерами компании, которые играют роль клиентов и после каждой встречи вносит в терминал всю информацию.

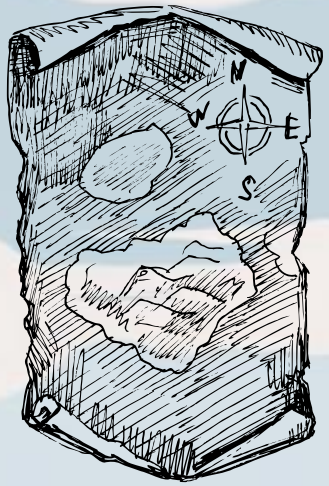
МЕХАНИКА И КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ

1. Четкое ТЗ от заказчика
2. Подготовка кейсов и технической поддержки

3. Окончательное согласование наполнения игры
4. Тренинг- инструктаж клиентов
5. 0 - раунд для команд накануне
6. Игра «Веселый Роджер» и обратная связь

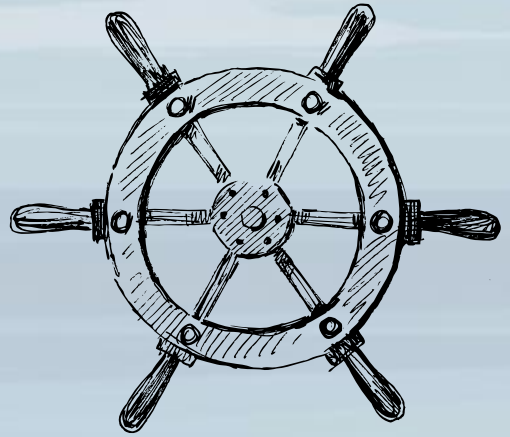
Общее время на проведение: 1,5 дня

ЦЕЛЬ ИГРЫ



Основные цели игры

1. Отработка стратегий продаж на цикл
2. Отработка навыков коммуникации с клиентом
3. Формирование коммерческого мышления
4. Формирование маркетингового мышления



Вспомогательные цели игры

1. Внутрикомандное взаимодействие
2. Обмен опытом работы с клиентами в команде
3. Оценка уровня развития навыков всех участников команд
4. Оценка использования маркетингового материала в работе

ОТРАБОТКА СТРАТЕГИЙ ПРОДАЖ НА ЦИКЛ

ОКБ

Кардио диспансер Стационар

Муниципальная политика

Аптека

Коммерческое предложение

Формат игры позволяет легко ввести и интегрировать любые целевые группы клиентов, которые нужны именно Вам!

Игра позволяет ярко визуализировать алгоритм действий МП на цикл.

ОТРАБОТКА КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ

Коммуникация: on-line отработка на всех этапах игры

На рабочих местах «клиентов расположены сетевые терминалы

Игра начинается с регистрации игрока на терминале

Экран демонстрирует всем полную информацию о достижениях команды и участника

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО МЫШЛЕНИЯ

- ✓ Кейсы подготовлены с упором на доли рынка, покупательское поведение, модели принятия решения
- ✓ Кейсы отражают меняльную карту врача и прописаны простым и доступным языком
- ✓ Определение победителя строится на основе исходных маркетинговых показателей
- ✓ Для реализации задач каждой команде выделяется определенный бюджет. Команда принимает самостоятельное решение о его использовании
- ✓ Игра позволяет выработать чувство ответственности за управление бюджетом! Команды отвечают за свои ресурсы самостоятельно!

ФОРМИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

Круглый стол – 50 у.е.

Конференция – 250 у.е.

Мини-семинар – 15 у.е.

Индивидуальная встреча – 3 у.е.

Лекция в ЛПУ – 10 у.е.

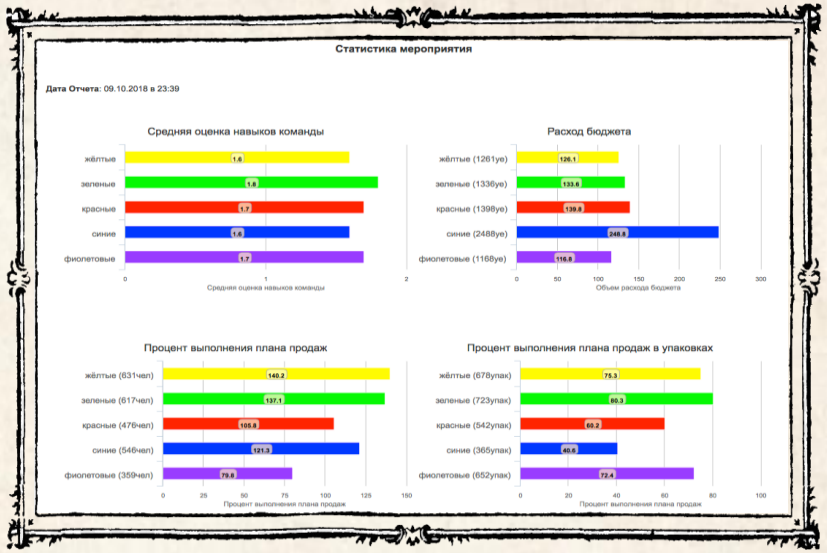
Участие в конгрессе – 70 у.е.

Школа пациентов – 6 у.е.

Игра позволяет выработать чувство ответственности за управление бюджетом!

Команды сами отвечают за свое «вооружение»!

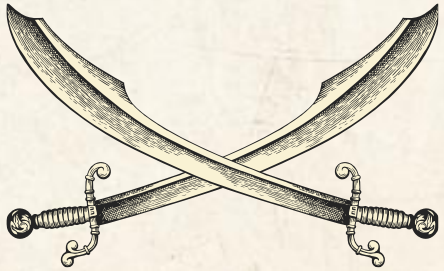
КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЯ



% выполнения плана

бюджет

качественные показатели проведения встречи



ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИГРЫ

Техническая поддержка игры осуществляется мощной IT платформой. «Клиенты» оснащены терминалами с выходом в сеть.

Терминалы собирают обратную связь по результатам визитов и бизнессреда автоматически меняется.

МП при регистрации получают персональный бейдж со штрих-, QRкодом или RFID-чипом, использование которого позволяет:

1. Оценить личные компетенции каждого из игроков
2. Оценить личную активность участников
3. Получить полноценный срез по навыкам всей компании
4. Увидеть типовые ошибки и спланировать будущее обучение

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИГРЫ

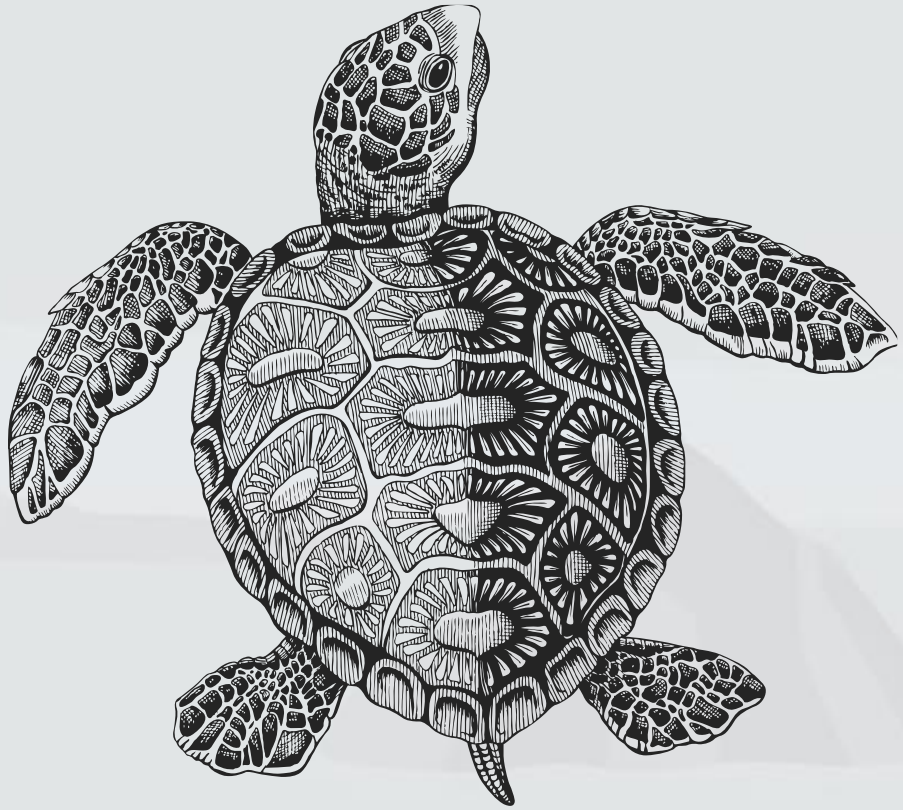
Вся информация по визитам вносится в терминалы. Информация не теряется под действием человеческого фактора

Достижения участников меняет бизнес-среду on-line

В конце игры терминалы позволяют дать полноценную обратную связь командам

Обратная связь дается каждому индивидуально и определяется «слабое звено» в его работе

КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЯ

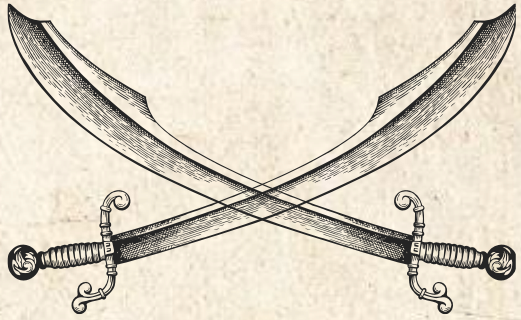


Формат игры следующий:

1. 0-й игровой период: позволяет командам адаптироваться к правилам игры. Проводится накануне. Общее время 4 часа
2. 1-й игровой период: 9.00 – 1-й кофе-брейк
3. 2-й игровой период: 1-й кофе-брейк – обед
4. 3-й игровой период: обед – 2-й кофе-брейк
5. Определение победителя. Обсуждение по командам их достижений и возможных ошибок. Награждение победителей. Получение участниками форм обратной связи по качественным показателям визитов

РЕЗУЛЬТАТЫ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКА

ДЛЯ ИГРОКОВ:
Участники Игры получают персональный лист по качественным показателям работы, который позволяет коррелировать текущие навыки и стандарты компании



ДЛЯ КОМАНД:
Понимание стратегии и принятие перемен - **хорошая мотивация!**

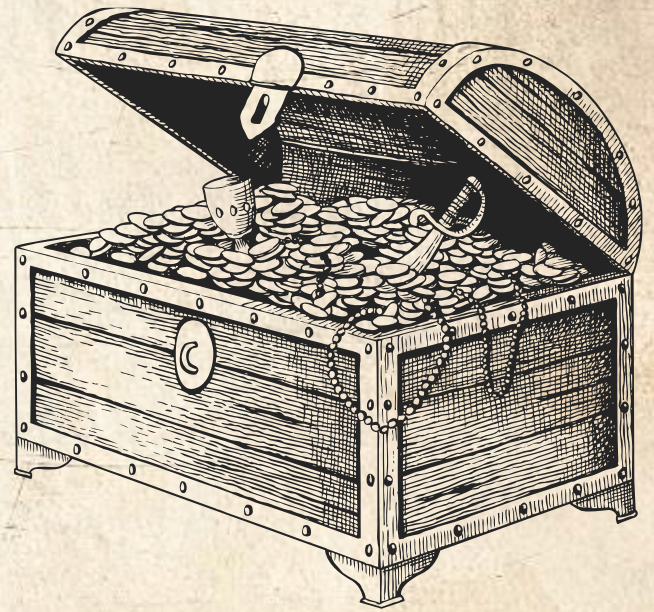
АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО КОМАНДЕ ДЛЯ МЕНЕДЖМЕНТА

A. Обоснование решений в отношении необходимых тем тренингов
B. Обоснованные решения по персоналу
C. Возможность оценить эффективность обучения
D. Инструменты для обоснования бюджета

РЕЗУЛЬТАТЫ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКА

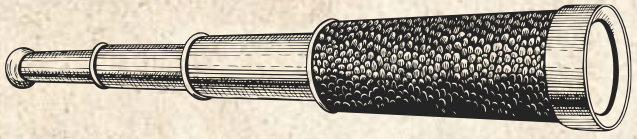
АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО КОМАНДЕ ДЛЯ МАРКЕТИНГА

- ✓ Игра позволяет проанализировать понимание стратегии продаж в целом
- ✓ Степень готовности работы с различными портретами пациентов
- ✓ Глубину понимания медицинской проблемы



РЕЗУЛЬТАТЫ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКА

АНАЛИЗ ДЛЯ ЛИНЕЙНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ И ОТДЕЛА ОБУЧЕНИЯ

	 ***ФИО***	**Раунд**			**Средняя оценка**
		I	II	III	
1	*Определение потенциала / уровня развития врача*	1	1	0	***1,5***
2	*Обсуждение договоренностей предыдущей встречи*	0	2	0	***2***
3	*Новый профиль пациента соответствует стратегии развития врача*	0	2	0	***2***
4	*Актуализация проблемы в рамках обсуждаемого профиля*	0	1	1	***2,5***
5	*Выявление потребности врача с помощью открытых вопросов*	1	1	0	***1,5***
6	*Фокус на Пациента, ключевое сообщение*	0	2	0	***2***
7	*Аргументы в соответствии с потребностью*	0	1	0	***2***
8	*Работа с возражением*	0	1	0	***2***
9	*Эмоциональный баланс*	0	1	0	***2***
10	*Визуальная поддержка*	0	1	0	***2***
11	*Закрытие - завершение с результатом*	0	0	1	***3***

ПОЧЕМУ СОТРУДНИЧЕСТВО С НАМИ ВЫГОДНО

«ВЕСЕЛЫЙ РОДЖЕР»

ПОЧЕМУ СОТРУДНИЧЕСТВО С НАМИ ВЫГОДНО

- ✓ Стабильная команда экспертов
- ✓ Специализация в фармбизнесе: очень высокий уровень экспертизы
- ✓ Глубокая адаптация материалов за счет погружения в проблемы сегмента
- ✓ Успешный опыт проведения игр

В случае проведения игры в формате одна игра на один BU., формат изменяется.

В командах работа проходит не в парах, а индивидуально. Следовательно, количество визитов может быть увеличено на 2 – меньше времени будет потрачено на обсуждение продуктовой части. Увеличится количество временных затрат на подготовку кейсов. Для проведения игры потребуется 3 зала. Возрастут затраты на техническую поддержку - 3 сети, три сисадмина. Может увеличиться количество сотрудников, играющих клиентов. Основная концепция останется без изменений.

«ВЕСЕЛЫЙ РОДЖЕР»
УВИДИМСЯ НА БОРТУ!
СМЕКАЕШЬ?