

Promotion et communication digitales : maîtriser et appliquer la réglementation de la communication digitale

- Vous saurez comment exploiter les possibilités du digital pour promouvoir vos DM en respectant la réglementation.
- Vous mesurerez les enjeux et saurez les expliquer à vos collègues et à vos prestataires.

PROGRAMME

Communiquer et promouvoir sur un site Internet : les atouts du digital

- Définir l'identité d'un site (*institutionnel, promotionnel, produit, vente en ligne...*) et l'expliquer au prestataire
- Quid des sites étrangers du même groupe ?
- La boîte à outils de la communication digitale (*forums de discussions, envoi ou recueil d'informations...*)
- Comment encadrer l'usage du site : CGU et accès

Utiliser les nouveaux canaux de communication

- Site d'information médicale
- Qui peut en proposer ?
- Quid des sites d'accompagnement des patients – frontière avec l'éducation thérapeutique ?
- Jusqu'où aller dans le conseil (*santé/bien-être*) sur Internet ?
- Communiquer via les réseaux sociaux
- Les comptes d'entreprises
- Les comptes des salariés (*charte informatique, impact sur le contrat de travail*)
- Les profils tiers : comment protéger l'entreprise ?

Partenariats avec les sites tiers

- Gérer des partenariats (*communauté médicale, associations, patients experts*)
- Communication autour des partenariats (*sponsorship, utilisation du logo...*)

Sanctions et répartition des responsabilités

- Répartition des responsabilités au sein de l'entreprise
- Sanctions
- Cas des procédures initiées par les autorités
- Procédure initiée par un concurrent

En partenariat avec :



1 JOUR

→ 20/11/2020

699,30 € HT

Adhérents IFIS/SNITEM

Ref : **DMPCD**

PUBLIC CONCERNÉ

Collaborateurs des services marketing, marketing/vente, réglementaire et juridique des entreprises de dispositifs médicaux.

Compte tenu du sujet et du ou des intervenant(s), l'Ifis se réserve le droit de refuser l'inscription de participants n'appartenant pas aux entreprises du DM (*fabricant, distributeur, importateur ou mandataire*).

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Savoir communiquer et promouvoir avec le digital.
Savoir utiliser les nouveaux canaux de communication.

Maîtriser ses partenariats avec des sites tiers.

Connaître les responsabilités et les sanctions.

FORMATEUR(S)

Diane BANDON-TOURRET

Avocate depuis 2008, elle conseille les industriels du secteur de la santé dans le cadre de leurs activités, notamment la mise sur le marché, la commercialisation, la fixation du prix, la promotion et le retrait des produits de santé. Elle rédige notamment les contrats spécialisés propres à ce secteur, gère des litiges sériels en matière de responsabilité produits, notamment dans le domaine des dispositifs médicaux. En charge de la rubrique Droit de la santé du site d'information juridique AllianceJurisMedia.

Latifa LAKEHAL

Directrice qualité et affaires réglementaires chez Philips Health System. Support qualité et affaires réglementaires des équipes Sales/Marketing et des activités de recherche Health Systems. Auditrice et responsable d'audit de systèmes de management de la qualité. Membre de la commission technico-réglementaire et des groupes « e-santé », « EU MDR » et « imagerie » du Snitem. Titulaire d'un DESS d'audit interne des organisations et d'un Magistère ingénieur économiste.

Informations complémentaires

Prérequis : AUCUN.

Chaque formation donne lieu à l'envoi d'une attestation de fin de formation. En cas d'évaluation des acquis, les résultats sont communiqués.

Pédagogie : B

