

《医院和药店大客户管理》

一、WTO 时代医院药品市场环境 with 医院药品销售心理学

- WTO 时代医院药品销售出现的新特点
- 20%大客户的观点如何决定 80%的销量
- 大客户心理与医院药品营销
- 医院药品销售心理学

二、医院销量的决定者 — 20%大客户的人格类型与心理解析

- 中国传统文化对医生的影响
- 中国医生的行动逻辑与对策
- 中国医生人际关系
- 中国不同地域的医生性格分析
- 16 种不同性格类型的大客户
- 不同类型大客户心理需求分析

三、大客户工作目标设定 — 你要大客户为你做什么？

- 重新全面评估医院大客户的药品使用现状
- 大客户的目标任务分解：影响力？销量？
- 大客户客情关系定位
- 大客户心理需求定位

四、如何影响大客户的决定？— 大客户心理营销策略与执行

- 三分钟大客户性格、心理活动诊断
- 大客户心理营销核心策略
- 如何与 16 种不同性格大客户建立深层次关系
- 五种满足大客户需求的有​​效策略
- 通过服务营销建立牢固的大客户关系
- 成功情境营销案例分析
- 要点总结——大客户情境营销模式图