

## 《区域医药市场竞争策略的制定与执行》

课程目标：学习运用市场学原理进行竞争营销策略，系统整合竞争分析、竞争对手选择、竞争策略/战术制定的实战技能，主导竞争态势，占据竞争优势。

课程特色：通过真实案例解析贯穿培训始终，紧密结合学员实际问题，操作性强。

课程对象：销售部经理、区域经理（分公司经理）、办事处经理、销售主管

课程时间：2-3天

课程大纲：

第一单元：区域医药市场竞争销售

某企业北京大区年度单产品销售过亿案例解析

北京、上海、广州等六大区域市场竞争分析

第二单元：区域市场竞争销售的市场分析

市场竞争环境分析

你的竞争对手市场有多大

为什么竞争对手占据了区域市场重要份额？

怎样进行区域观市场竞争分析：目标医院、大客户与患者分析

全方位竞争对手分析

如何通过竞争对手 SWOT 分析发现竞争机会

第三单元：区域市场竞争销售目标设定

区域市场竞争中的销售潜力开发

避免进入目标医院选择的陷阱

目标医院的靶需求分析

目标患者的靶需求分析

运用 SWOT 分析的结果准备判断目标市场的竞争态势

如何设定合理的竞争销售指标

第四单元：区域市场竞争销售策略制定

目标客户的竞争需求分析

通过反 SWOT 分析制定 4 种基本策略

制定竞争推广策略、竞争战术组合

第五单元：区域市场竞争销售行动计划的制定与评估

建立竞争性营销组织架构

区域市场竞争销售行动计划

区域市场竞争管理表格