

《学术性与非学术性销售活动的策划与执行》

课程目标：学习市场学的原理规划区域市场学术性与非学术性销售活动，通过丰富的促销形式提升企业、产品的市场形象，实现目标医生、患者的产品定位目标和销售目标。

课程特色：通过典型的成功案例

课程对象：大区经理、区域经理（分公司经理）、办事处经理、销售主管

课程时间：1-1.5 天

课程大纲：

第一单元：专业学术活动与营销模式转轨

专业学术活动传递的信息

提升公司的专业形象

发挥市场部的区域职能

实现公司销售模式的多元化

促进带金销售向专业推广营销模式的转变

促进市场部与销售部的合作

第二单元：专业学术活动与专家管理

产品生命周期与专家的分类选择

专家的背景、学术地位、学术特长与性格特点

专家档案的建立与信息管理

专家面访技巧

确立与专家合作的项目

项目合作过程中专家关系的维护与发展

专家抱怨的处理

第三单元：专业学术活动的策划、组织与实施

专家圆桌会

产品内部上市会

产品外部上市会

VIP 专家沙龙

联合学术活动

针对药剂科的专业活动

区域学术会议

医院内学术推广活动

第四单元：非学术性专业活动的策划、组织与实施

庆典活动