

## 《医药大客户情境营销》

课程目标：学习运用销售心理学，把握住销售的命脉。

课程特色：特别提供目标医生心理测查实用工具，包括目标医生性格快速定位路线图，大客户合作关系判断表，大客户五层次心理需求诊断表，情境销售自我调整路线等。

课程对象：资深医药代表

课程时间：2-3 天

课程大纲：

第一单元：新时期医院药品市场出现的新特点

新时期医院药品销售出现的新特点

880 家三甲医院的药品营销特点

200 家 AAA 医院的药品营销特点

20%大客户的观点如何决定 80%的销售

大客户心理与医院药品营销

第二单元：医院销售的决定者——20%大客户的人格类型与心理解析

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

第三单元：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

第四单元：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

如何让 VIP 客户成为产品代言人

如何让大潜力医生首选处方你的产品

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

第五单元：要点总结——大客户情境营销模式图