

《医院微观市场的开发与管理》

课程目标：培养医药代表充分运用市场销售相结合的方法
深入开发目标医院市场潜力，建立系统规范的
医院营销思路。

课程特色：实战案例贯穿全程，学员身临其境，讲解细致
入胜。

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：突破医院销售量的瓶颈——微观市场销售方法
的应用

微观市场方法在医院销售中的应用

推拉结合——理想的销售方法

微观市场的潜力开发

第二单元：微观市场销售——市场分析

市场环境分析

一个目标科室月潜力 3 万盒可能吗？

怎样进行微观市场潜力分析：科室潜力、医生与适应症
潜力分析

如何通过医院销售 SWOT 分析发现优势与机会

第三单元：微观市场销售——目标设定

如何设定合理的销售指标

如何通过 100 位目标医生完成 500 万的销售指标

前瞻性指标设定法教你展望未来

回溯性指标设定法教你认清当下

第四单元：微观市场销售——市场策略

影响药品推广使用的因素

医院代表如何影响医生的处方选择

曾加目标医院产品销售的方法

制定推广策略、推广组合

第五单元：目标医院微观市场销售行动计划的制定与评估

医院销售计划

微观市场管理表格的运用