

《医药专家网络的建立与管理》

课程目标：了解建立医药专家网络的意义，学习掌握建立医药专家网络的策略与方法。

课程特色：国内市场成功医药企业建立医药专家网络的策略与方法。

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、市场部经理、产品经理

课程时间：1-1.5天

课程大纲：

第一单元：建立医药专家网络行为计划的制定与管理

建立重点医药专家网络的意义

制定建立医药专家网络的目标与行动计划

建立医药专家网络的评估管理系统

专家客户拜访活动的频率与方式

第二单元：识别与接近重点客户

重点医药专家的定义

重点医药专家的分类方法

按照客户使用产品先后进行分类

按客户的医务活动进行分类

按客户对我们的产品或服务的作用不同分类

接近目标专家的方式

策略化拜访重点医药专家的技巧

对重点医药专家客户进行个性化管理

第三单元：优质的客户服务

千万不要轻易放弃任何一个专家

抓住客户组织改变的机会

长期的销售循环

临时影响重点医药专家的因素

重点医药专家额外计划

第四单元：建立客户忠诚度

维系客户忠诚度的意义

一般客户成为忠诚客户的过程

培养重点客户的忠诚度

第五单元：与高层客户的接触

管理高层客户的意义

接触高层客户的方式

高层客户管理策略

拜访高层客户的策略

高层客户最常问到的有关问题

第六单元：案例分享-著名企业建立医药专家网络的经验分

享