

## 《医药产品经理如何制作有效的促销工具》

WTO 时代，一线执行力成为中国医药企业营销大战的成败关键，为一线营销人员提供专业化的推广工具是产品经理的基本职责。

每天 15 次 8-10 分钟短兵相接的面对拜访中，医药代表需要给医生留下深刻的产品印象，产品经理能否为他们设计出画面夺目、主题卖点突出的单页。

每周一次轮番轰炸的 10-30 分钟的科室推广样会上，学术专员希望通过产品演讲迅速突破“阿伊达”定律，激发医生积极评价并且认同产品推广概念，市场部能否提供逻辑清晰、有理有据的专题幻灯片？

每年数十次空中打击的巡回演讲、卫星会上，产品经理能否根据产品的生命周期及针对性的推广策略，从医药产品促销工具中组织出最具说服力的产品临床应用资料？

课程特色：实用理论重点讲解、实战案例解析、小组讨论、互动式教学。

课程对象：营销总监、市场部经理、产品经理、产品专员、学术经理

课程时间：2 天

课程大纲：

第一单元：医药产品促销工具临床应用的现状

医药产品促销工具的重要性

医药产品促销工具的分类

## 医药产品促销工具的制作标准

### 第二单元：如何根据产品不同推广阶段抓住医药产品促销工具制作重点

根据产品的生命周期制定医药产品促销工具推广策略

根据产品促销的策略制定医药产品促销工具推广策略

根据医药市场环境的改变制定医药产品促销工具推广策略

根据竞争对手的促销策略制定医药产品促销工具推广策略

### 第三单元：开发医药产品促销工具价值三种关键技巧

如何多次利用一篇文献达到加深医生关键卖点印象的效果

如何连续利用相关内容的多篇文献帮助医生建立产品概念

如何同时利用多篇文献全方位推销核心产品信息

### 第四单元：如何把临床资料转换成促销单页

如何利用数据和图表，完成产品的特性利益转换

产品摘要的制作技巧

单页的制作技巧

4页 DA 制作技巧

6页 DA 制作技巧

### 第五单元：如何制作有效的幻灯片

标准幻灯片的基本要求：10go，USP，文字内容编排、插图、文字效果

如何把一篇医药文献转换成单张幻灯片

如何把一篇医药文献制作多张幻灯片

如何利用同一主题的数篇制作连续的幻灯片

科室会议、巡回演讲、卫星会议中幻灯片演讲的合理时间，方法，要点