

## 《医药公司如何锻造专业化的销售队伍》

课程目标：剖析医药营销团队文化现状，讨论专业化改革的具体方案，提供可操作性的。

课程特色：案例分析与实战演练结合，讲师注重细节，深入浅出

课程对象：销售经理

课程时间：2天

课程大纲：

第一单元：中国制药企业销售团队文化的危机与出路

挂金时代到专业时代的医药市场特点

中国制药企业销售团队文化及其变迁

新时期医药代表如何与企业共同发展

第二单元：迷宫寻宝——新时期医药代表的市场价值

后带金时代的奶酪还能吃多久

中国制药企业医药代表现状分析

新时代医药代表的市场价值

第三单元：走出迷宫——如何锻造一支专业的医药代表队伍

从社交性销售到情境销售

从目标客户开发到区域市场管理

从利益销售到需求销售

医药代表如何建立可靠性

专业学术活动的有效组织

高层医院客户管理新思路

#### 第四单元：制定策略——医药营销模式的变革管理

明确企业战略发展目标

确定企业战略发展目标

确定企业核心竞争力

如何降低改革的风险

产品结构的调整与营销模式转变

营销模式改革的安全流程

高、中、基层在改革中的价值与角色转变

营销模式转型过程中常见问题与对策

#### 第五单元：专业化转变——改造医药代表第五的真实案例

第一阶段——诊断团队现状：制造危机

第二阶段——设定改造目标：挑战压力

第三阶段——制定转变策略：培训辅导

第四阶段——执行评估调整：危机处理