

## 《财务人员必备的市场营销知识》

**课程名称：**医药区域市场运作技能

**课程性质：**企业内训/公开课

**课程学员：**区域经理/营销人员

**授课时间：**1-2天（6-12小时）

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

### 教学大纲

#### 第一章：市场调研与布局

##### 一、医药竞争市场分析

1. 竞争对手的选择
2. 竞争对手数据分析
3. 竞争对手的渠道策略分析
4. 竞争对手产品策略分析
5. 竞争对手营销策略分析
6. 竞争对手价格策略分析
7. 促销与动销分析
8. 终端网络关系分析
9. 团队战力分析
10. 投入产出分析

##### 二、市场分析的方法及工具

1. 定性预测
  - 1) 购买者意向调查法
  - 2) 销售人员综合意见法
  - 3) 专家意见法
  - 4) 市场式销法
  - 5) 市场因子推演法
2. 定量预测法
3. 利用互联网获取信息
4. 市场调研报告的撰写
5. 工具：数据分析工具应用
6. 工具：SWOT分析使用
7. 工具：市场调研的“头头是道”
8. 案例：合肥三安药业进行市场布局

##### 三、本公司产品市场调研

1. 区域市场人口发病率
2. 患者主要就医渠道
3. 医药主渠道-医院调研
  - ✓ 医院组织结构
  - ✓ 医院药房调研
  - ✓ 医院病种调研
  - ✓ 医护人员接触方法

- ✓ 主要公共方式
- ✓ 投入产出比分析
- 4. 医药主渠道-医药公司调研
- 5. 直营网点店数
- 6. 加盟网点调研
- 7. 医药公司分销渠道
- ✓ 主要药店地理分布
- ✓ 月度资金流水
- ✓ 药品结算周期
- ✓ 月度库存容量
- ✓ 月度进销存分析
- ✓ 街道社康渠道
- ✓ 私人诊所

案例：北大富硒康如何进医院

案例：温胃舒、养胃舒的公关策略

## 第二章：如何当好优秀的区域经理

### 一、区域经理的基本素质

1. 基本的商务礼仪
2. 见微知著的能力
3. 数据分析的能力
4. 慧眼识人的能力
5. 调动资源的能力
6. 方案形成的能力
7. 建立自信的方法
8. 案例：营销经理的烦恼
9. 工具：营销主管胜任力模型

### 二、区域经理的能力担当

1. 区域管理者的意义
2. 区域管理的角色定位
  - ✓ 企业对你的期待
  - ✓ 业务员所盼望的上司
  - ✓ 经销商喜欢的“边疆大臣”
  - ✓ 管理当好“区长”
  - ✓ 培训当好老师
3. 区域经理应有的态度
4. 做好区域管理工作 5 个基点
  - ✓ 业绩管理
  - ✓ 打造团队
  - ✓ 客户招商与管理
  - ✓ 常规工作的优化
  - ✓ 上传下达、任务落地

## 第三章：市场营销计划的方法

1. 市场营销计划制定的主要方法
2. 营销 4P、4C、4R 及其演绎

3. 如何盘点自身资源
4. 营销计划实现的管控方法
  - ✓ 结果导向的管控
  - ✓ 制度体系管控
  - ✓ 信息管控
  - ✓ 计划的异常管理
5. 复盘在计划管理中的运用
6. 复盘的四个作用
7. 制定计划的 smart 法则
8. 案例：工作周报/月报的分析
9. 工具：复盘的使用方法

#### **第四章：区域营销的运营与管理**

##### **壹、 营销市场布局的四个前提**

- 1、 市场总结
- 2、 内部营销调研
- 3、 外部营销调研
- 4、 SWOT 分析

##### **贰、 营销任务完成的六大策略组合**

- 1、 品牌策略设计  
案例：品牌重塑不是修修补补？
- 2、 产品策略设计  
讨论：如何打造产品的差异化
- 3、 价格策略设计  
案例：某企业的定价策略
- 4、 渠道策略设计  
案例：某企业的渠道多元化
- 5、 促销策略设计  
模板：基于人性的促销设计准则  
工具：促销评估十大标准表
- 6、 传播策略设计  
工具：低成本宣传的 N 种方式
- 7、 互联网条件下销售工具的运用
  - 1、 视频营销
  - 2、 微信自媒体运用
  - 3、 社群营销运用
  - 4、 APP 运用

#### **第五章：营销业绩地执行、检核及考评**

##### **一、 营销业绩落地执行的氛围**

- 1、 责任第一，承担使命  
工具：营销目标责任书
- 2、 要放下包袱，克服畏惧
- 3、 空杯归零，埋葬过去辉煌业绩  
思考：诸葛亮为何挥泪斩马谡？
- 4、 保持高昂的斗志和必胜的信念

案例分析：某企业区域目标超额达成之谜

工具：营销目标宣誓模板

## 二、营销达成要依靠团队的力量

1、树立为团队荣誉而战的意志

2、打造和谐的团队文化

3、鼓励团队成员互相协作

天堂与地狱的故事

案例：湘军，成则举杯相庆败则拼死相救

4、倡导团队成员彼此欣赏、彼此喝彩

5、摒弃英雄主义，打造精英团队

## 三、业绩提升，区域经理应该做什么？

1、告诉下属达成目标依靠平时打好基础

√市场研究：总把控

√渠道细化：列菜单

√产品分销：终端促销

√客户拜访：做服务

做到四勤：脚勤、手勤、口勤、脑勤

案例：终端动销 10 大法则

2、善于做一个教练

√职责：传道、授业、解惑

√学会培训提升——训练

销售政策：口灿莲花

√教给下属销售目标达成的技巧

销售技巧：二选一法则；分段达标

3、月初认真准备

√争取合理的销售任务

√把任务分解到具体的工作计划中

√确保资源到位

√工作必须突出重点

4、月中紧抓过程管理

√抓住上半月

√跟踪到位

√及时调整策略计划

## 四、抓住促使营销目标达成的三个关键点

1、提前备

2、中间分

3、月底压

## 五、如何对营销目标进行有效的跟踪检查？

1、跟踪检查的目的是什么？

√激励——做正确的事

√控制——要注意纠偏

√溯源——找到不达标的原因

2、跟踪检查要遵循哪些标准？

√确保目标

- √及时性
- √控制性
- √突出重点
- √明确性
- √讲求实际
- √行动快速
- 3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？
- 4、如何实施营销目标绩效奖惩？
- √实行绩效奖惩要注意的问题
- √奖惩的方法
- 5、业绩考核的方法
- √考核评估的 KPI 指标
- √常用销售人员业务考核维度
- √销售人员的提成及奖励设置
- √销售人员业绩的评价
- 工具：考评表格及模板

## 第六章：新零售运用及业绩增长

### 1. 新零售药店赋能的借鉴

- ✓ 社群社群聚人门店体验
- ✓ 按照新零售进行“人货场”对接
- ✓ O2O 线上活动拉动及线下体验
- ✓ 案例：京东到家模式
- ✓ 微信小程序的引流
- ✓ 案例：药店的聚人方法
- ✓ 案例：宜家的超级体验

#### 1. 精准推送方案

#### 2. 预测客户的购买倾向

#### 3. 新零售如何销售高端产品

#### 4. 获得客户：挖掘潜在客户

#### 5. 留住客户：维护现有客户

#### 6. 激活客户：激活休眠客户

#### 7. 打动客户：转介绍

#### 8. 其他形式的数据

#### 9. 巧用微信功能

#### 10. 增加客户忠诚度的技巧

#### 11. 互联网精准营销关键词

- ✓ 粉丝思维
- ✓ 转化率
- ✓ 用户体验
- ✓ 参与感
- ✓ 曝光率