

配方颗粒市场拓溶与资源整合之三终端、医药电商新模式

培训老师：牛犇（原创版权课程）

受益群体：配方颗粒基层市场一线管理人员。

培训模式及物料要求：

- 1、**训练营模式**：按人员分组（坐位安排按组）。每组 5 人，竞选出组长（**众筹激励**）
- 2、**会场要求**：LED 显示屏背景、空间比较宽敞（能参与课间休息活动运动），音响设施齐全、讲台平摊宽大。
- 3、**物料需求**：扑克牌 3 副、白板一面（立式）、白板笔（黑，水性 5 支）、A4 纸张按学员人数每人 10 张，每人一本工作日记本、队标按参会每 5 人一组配置（有底座可立式）、笔记本电脑一台（播放课件）、环节小礼品（手机支架、充电宝、毛绒玩具等 N 多准备）。

培训课时：3 天（18 小时）

一、微观配方颗粒基层诊所市场

- 基层配方颗粒市场政策分析
- 基层配方颗粒市场发展趋势
- 基层配方颗粒市场增长在哪
- 开放市场下的配方基层市场需求
- 患众的接受全景概况
- 配方颗粒竞品市场对标情况

二、基层诊所市场配方颗粒师承营销模式

- 师承的技术模式
 - 基层市场中医师承模式模型
 - 师承模式顶层设计
 - 师承市场切入路径
 - 师承模式的拓展
 - 师承模式基层市场运营
 - 师承欧式动销活动组成
 - 师承模式的核心管理
 - 师承模式的客户管理
 - 师承模式专家管理
 - 师承模式的危机管理

三、基层配方颗粒市场深度营销模式

- 掌控终端三终端销售模式
 - 掌控终端的概念最终是掌控代理商
 - 三终端裂变的核心因素
 - 三终端管理的三条线
 - 三终端竞争战略五大原则
 - 三终端的特殊管理要点
 - 三终端拉单拓客模式
 - 三终端的十大营销路径
 - 深度营销三终端动销战术

四、配方颗粒新电商模式

- 电商平台运营模式
- 电商平台选择
- 电商平台运营基础
- 电商平台的流量获取
- 电商平台的类型与流量变现
- 电商平台的痛点核心
- 电商平台的配方颗粒机会
- 电商平台的供应链管理
- 电商平台的客服系统

五、小鹿医馆模式

- 小鹿医馆运营模式
 - 小鹿医馆的核心构成
 - 小鹿医馆的技术核心
 - 小鹿医馆的运营管理
 - 小鹿医馆的建设模型
 - 小鹿医馆的产品设计
 - 小鹿医馆的线上线下链接
 - 小鹿医馆的交互系统
- 小鹿医馆的应用
 - 小鹿医馆患者病案设置
 - 小鹿医馆患者互动模式
 - 小鹿医馆的患者深度服务系统
 - 小鹿医馆复诊系统运营逻辑
 - 小鹿医馆的患者管理板块
 - 小鹿医馆的处方系统
 - 小鹿医馆的电商窗口
 - 小鹿医馆的经验应用
 - 小鹿医馆的运营全景图

六、基层配方颗粒市场区域运营

- 配方颗粒的区域运营
 - 区域基层市场的工作重点
 - 区域基层市场的政府事务
 - 区域基层市场的代理商客情处置
 - 区域基层市场销量提升要素
 - 区域基层市场的精细化管理
- ✓ [分享：诊所基层医疗市场运营细化要素](#)
- 中药饮片市场与配方颗粒配合
 - 经典名方的辅助与主导
 - 验方的配剂混编组成模式
 - 饮片市场的深度需求路径

- 区域饮片市场与配方颗粒的配合模式
- 饮片市场的颗粒驱动力
- 替换与被替换的配方颗粒市场攻防策略
- 深度客户从饮片市场中来
- 影响客户的区域营销战术利用
- 配方颗粒基层市场的饮片拦截模式

七、智慧煎药中心专题

- 智慧煎药中区域布局
- 智慧煎药中心的软件系统
- 智慧煎药中心硬件构成
- 智慧煎药中心的营销配合
- 智慧煎药中心的 PPP 模式
- 智慧煎药中的模型
- 智慧煎药中心的运营与管理
- 智慧煎药中心的客户服务体系