

新时期下医疗器械区域运营与渠道管理培训大纲

培训老师：牛犇（原创版权课程）

受益群体：医疗器械企业营销中管理人员；

培训模式：课程讲解、案例分享、互动问答，实战演练。

培训课时：1天（6小时）

课程大纲：

一、微观医疗器械区域市场

■ 区域医疗终端

- 区域三甲医院背景一览
- 区域市属医院的管控
- 部属医院的内部管理模式
- 区域第一终端医用耗材概况
- 区域医疗器械耗材准入
- 区域执行医改的概况
- 区域耗材带量采购的执行

分享：医用耗材核心市场在北京，

■ 区域医疗器械耗材渠道概况

- 三大流派的暗流涌动
- 每家背后都是一场大博弈
- 真正的话语权不在集中
- 区域医疗器械耗材真实的世界
- 区域医用耗材的渠道面面观
- 平衡关系下的医用耗材院内市场

阐述：医疗器械耗材院内话语权分化，药铺定适合自己的通路！

二、医疗器械代理商渠道建设

■ 深度营销下的代理商招商模式

- 什么是医疗器械深度营销
- 深度营销概念下代理商的筛选原则
- 区域市场医疗器械招商的基本功
- 筛选代理商的三大基本原则
- 区域市场代理商关心的问题

■ 区域市场动销方案指导代理商推广活动

- 没有好的市场行动方案就没有好的代理商
- 医疗器械区域行动方案的调研路径
- 行动方案制定的模式选择
- 行动方案的三大原则
- 行动方案要有进程管理
- 行动方案要可执行、可考核、课量化
- 行动方案的成功要素是合规解决客户需求

阐述：重新审视在深度营销下如何用行动方案来增加代理商！

三、区域医疗器械代理商管理

■ 掌控终端

- 掌控终端的概念
- 深化代理商的两个关系点
- 主流代理商选择与确定
- 非主流代理商全面支持体系
- 代理商管理的三条线
- 代理商竞争的 5 大原则
- 区域代理商管理的特殊要点

■ 代理商管理模型

- 总部管理模型
- 市场支持模型
- 市场导向模型

■ 代理商危机管理

- 代理商评估体系
- 代理商谈判两大根本利益
- 代理商有效沟通体系
- 代理商执行力管理

■ 代理商管理培训技巧

- 区域代理商培训方向
- 代理商销售能力培训体系
- 代理商学术培训体系
- 代理商合规教育培训体系
- 代理商市场危机管理培训

阐述：代理商市场基础管理体系是根基，细节决定代理商的市场动力。

四、帮助代理商合规体系建设专题

■ 代理商 CSP 模式解译

- 什么是医学 CSP 运营模式
- 医学 CSP 模式核心流程图
- 医学 CSP 与 CSO 区分
- 医学 CSP 核心要素
- 医学 SCP 对财务处置要求

■ 医学 CSP 模式建设

- 工业与代理商 CSP 业务模式设计
- CSP 服务核心定向采购预算系统建设
- CSP 服务采购流程建设

- CSP 模式代理商服务标的核心内容
- CSP 模式代理商与实物流区隔要求
- CSP 模式服务的呈现与验收

阐述：在医学 CSP 模式下药企各部门职能变革及要求

五、代理商临床合规推广运营指导篇

- 医院合规推广开发路径
 - 新业态的工的具使用
 - 医学文化传播模式
 - 临床征稿满足合规医生需求
 - 临床合规推广与销量提升要素

分享：向医生一样思考，合规也要满足客户需求才能上量

- 代理商医院合规开发实操案例分享（真实案例全部流程分享）
 - 解决医生痛点
 - 为客户制定专属服务
 - 客户劳动报酬合法化
 - 客户区域 IP 建设
 - 驱动医生处方上量
 - 竞品临床动销策略
 - 各环节合规处置方式

分享：合规下病例营销医疗器械逆势上量经典案例！

分享：医药营销不颠覆、无未来！