

药企营销合规自营体系建设培训大纲

培训老师：牛犇（原创版权课程）

受益群体：企业负责人、营销负责人、财务负责人、运营负责人，合规负责人；

培训模式：顾问式培训、互动问答，实战演练。

培训课时：1天（6小时）

核心解决问题：

- 1、深度解读影响行业的政策环境底层逻辑，为企业提供应对方案
- 2、深度讲解 CSO、CSP 合规营销体系建设链构成，合规体系细节建设；
- 3、针对外资、内资企业营销模式进行介绍与分析，为企业找到适合自身发展提供路径；
- 4、针对药企营销体系建设合规体系无缝连接营销各环节与渠道对接提供方案

一、政策环境专题

■ 核心政策深度解读（政策按进度更新）

- 医改相关政策大背景深度解读
- 反垄断法下的合规警示
- 医药代表备案制与新药法解读
- 关于近期大范围反商业贿赂动态
- 2023 年卫健委反腐体系建设
- 金税四期下的营销体系裸奔时代
- 2023 年医药合规重点稽查方向

分享：三明模式下的全国一盘棋下药企的应对机制

■ 影响药品推广政策解读

- DRG 医保支付模式对临床推广影响
- DIP 医保支付改革对药品推广影响
- 处方点评系统对临床处方限制
- 带量采购模式下对药品营销影响
- 医药代表备案制强制执行对临床推广影响
- 医联体、医共体建设对药品销售影响

分享：使用端格局已经发生变化，医改第二阶段将重构市场格局

二、营销体系建设篇

■ 外资企业的营销模式分析

- 从准入策略到实施执行的步骤
- 为医生提供治疗方案的代表功能性推广
- 合同外包组织下 CSO 多重处置费用
- 从头部到基层客户的学术服务体系
- 内部团队的考核绩效机制的 3 种模式
- 应答系统的政府公关与准入体系
- 团队建设与组织培养体系

分享：我i资企业的模式在新医改下正在向本土化适应转变。

λ 适合国内环境发展的营销体系分析

- 虚假 CSO 已经陌路黄花
- CSO 合规风险分析
- 自营体系的 3 种现金模式
- 3.0 时代的营销思维
- 从经营产品到经营人群的转变
- 合法、合规的满足客户需求是上量核心
- 从组织体系转变到组织共恩变革

阐述：药品营销首先是合规、合法的构建整个营销体系！

三、合规医药 CSP 运营模式

■ 医药 CSP 模式解译

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

■ 医药 CSP 模式建设

- 医药工业与商业 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：在医药 CSP 模式下药企各部门职能变革及要求

四、合规营销体系构建

■ 合规体系系统精进

- CSP 甲乙双方供求链框架建设
- CSP 甲方服务发包体系建设
- CSP 甲方合同文本系统迭代
- CSP 乙方交付物类目表建设
- CSP 乙方交付物审计审核流程体系
- CSP 发票流重点证据链构成体系建设
- CSP 咨询类发票流交付报告体系建设
- CSP 市场服务类发票流加服务体系建设
- CSP 交付物证据链构成细节与分类

实战演练：案例与学员互动，如何提供有效的报告书类目交付物。

■ 交付物核心细节建设

- 乙方项目理解书
- 乙方项目实施计划书
- 乙方项目实施过程建议书
- 乙方组织项目实施介绍
- 乙方实施项目过程中的核心记录
- 乙方实施项目的报告书书写形式
- 乙方交付物报告的核心逻辑、
- 乙方交付物报告的数据化体系
- 乙方交付物的分类模板框架
- 乙方交付物的交付记录

实战演练：学员根据案例制作乙方交付物分类模板的核心要素！

分享：医药营销要合规也要销量！