

医药品牌经理（高绩效管理）实务培训

培训老师：牛犇（版权课程）

课程背景：2018年以来国家医保局成为三医联动的主体，在政策频繁出台下，药企面对生死转型，模式重构，渠道重构，但面对带量采购的常态化，仿制药一致性评价联动影响，DRGS付费模式适用医疗机构，受降价影响空间无法满足渠道运作等各类问题，药企无论选择院外销售渠道、OTC渠道、三终端渠道、或者DTP药房模式但都面临一个问题，那就是费用空间大幅缩减，如何将有限资源聚焦？品牌经理是一个品类品牌的管理，对产品进行全方位的计划，控制与管理，减少人员重叠，市场资源浪费和客户的流失，在今天的药企发展中、品牌经理越发重要。本课程从市场实际需求，实战落地出发，对于品牌经理的渠道管理能力，市场控制能力，关键流程的优化处置，尤其对于市场各层级经理的传帮带、区域市场人员管理进行实战实训。

受益群体：品牌经理、营销总监、事业部经理等药企营销中高层人员。

培训模式：课程讲解、案例分享、分组讨论，实战演练。

培训课时：1天（6小时）。

核心解决问题：

- 1、优化公司品牌发展策略和全国营销方案，提升建品牌管理工作体系，建立与维护公司产品品牌的定位；。
- 2、制定品牌运营管理的具体措施，优化管理流程，做好所涉渠道各级经理管理意识培训；
- 3、核心解决品牌经理在管理市场各级经理时，所涉及管理工具，管理心理学，管理手段等进行实战演练。

一、医药品牌经理的自我修养篇

■ 医药品牌经理内功

- 医药品牌经理自我定位
- 医药品牌经理全局观
- 医药品牌经理沟通艺术
- 医药品牌经理心里素养

■ 医药品牌经理外功

- 调研、计划和控制
- 规划、布局和战略
- 协调能力与危机处置
- 业务能力与流程优化

分组练习：每组选出一名学员针对品牌经理内功、外功进行理解问答

二、医药品牌经理管理实战篇

■ 下属绩效面谈（实战）

- 绩效面谈准备工作
- 绩效面谈核心内容
- 绩效面谈技巧利用
- 绩效面谈经验总结
- 绩效面谈注意事项

实战实训：分组进行下属人设绩效问题，进行绩效面谈（每组自设问题）

■ 经营目标高绩效管理

- 目标核心节点管理
- 目标关键人员管理
- 目标所涉资源协调
- 目标监督检查落实
- 目标预警风险控制

实战沙盘模拟：品牌经理关于区域市场季度回款目标，全流程进行目标管理（分组演练）

三、医药品牌经理沟通管理篇

■ 下属的沟通技巧

- 识人：下属管理心理学应用
- 知性：观其言行、知其性格
- 共鸣：认知认同、从心沟通
- 场景、气氛、环境的控制
- 与下属沟通的“十不要”

实战演练：设置场景与人设，进行下属关于工作的目标进行沟通并达成目标一致（分组演练）

■ 下属的管理工具（三大终端六大市场按渠道设置）

- 各级经理的时间管理
- 各级经理的业务流周报表
- 各级经理市场问题周汇总
- 直接下属目标进度警示
- 各级经理客户损益月汇总

实战演练：根据自己品牌品类情况，阐述在运营中所需管理工具及使用（每组选择不同工具）

■ 团队激励

- 移动互联战报激励
- 目标对比演示激励
- 样板市场分享激励
- 物质金钱刺激激励
- 团建拓展与业务契合激励
- 事件激励法

分享：团队激励在团队管理中的重要性（解决信不信，能不能的问题）

■ 医药品牌经理领导力（教练下属管理能力）

- 业务流的言传身教
- 自我感恩的管理分享
- 共同梳理工作中的核心要素
- 以事说法，传帮带

➤ 宽容失误、鼓励践行

分享：一个医药品牌经理，最核心竞争力每个区域都有一个高绩效团队！