

《市场整体运营与策划》

课程教学大纲

课程名称：《市场整体运营与策划》

课程性质：公开课/内训

课程学员：营销人员，

教学时长：1-2天

教学收益

目的：通过现场带教、培训、练习等方式，引导销售团队进行市场分析、竞品分析、销售指标分解、制定市场策略、学术会议等；老师提供方法/思路/模板/工具给学员；

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，运用案例和教学实例，深入浅出、同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

第一章：市场调研与布局

一、医疗器械竞争市场分析

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：渠道任务目标拟定与分解

一、市场营销计划制定的主要方法

1. 如何盘点自身资源
2. 制定计划的 smart 法则
3. 销售目标制定的策略组合
 - ✓ 产品线策略设计
 - ✓ 价格策略设计
 - ✓ 行业渠道策略设计

二、目标销量的分解

1. 目标销量分解的主要参考依据
2. 目标分解的主要因素
 - ✓ 落实到客户
 - ✓ 落实到时间
 - ✓ 落实到人
 - ✓ 落实到产品
 - ✓ 落实到价格
 - ✓ 落实到操作方案
4. 工具：营销目标责任书
5. 案例：某企业的渠道多元化

二、目标销量监督与执行

1. 销售目标落地，应该做什么？
2. 抓住促使销售目标达成的三个关键
3. 如何对销售目标进行有效的跟踪检查
4. 激励——做正确的事

5. 控制——要注意纠偏
6. 溯源——找到不达标的原因
7. 工具：复盘的使用方法
8. 德鲁克目标管理：MBO (Management By Objectives)
9. 案例：工作周报/月报的分析

第三章：市场营销策略

一、目标市场选择

- 1 根据地市场
- 2 竞争型市场
- 3 发展型市场

二、行业市场分析的方法及工具

1. 定性预测
 - ✓ 客户意向调查法
 - ✓ 销售人员综合意见法
 - ✓ 专家意见法
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. 信息采集的“四性”
8. 市场预测的步骤
9. 销量标杆的选择
10. 做决策的八步骤
11. 决策的思维结构
12. 工具：销量常见的预测的六种方法
13. 工具：数据对比法

第四章：做好学术营销

壹、学术营销的作用

1. 提升公司的专业形象
2. 巩固公司的学术地位
3. 增强产品的可信度
4. 产品概念的建立
5. 树立产品的品牌
6. 指导临床用药
7. 公司营销模式的多元化
8. 促进企业营销组合的转变
10. 发挥市场部的职能
11. 促进市场部与销售部的合作
12. 促进产品经理的成长

贰、学术营销的方式

1. 医生座谈会
2. 临床试验
3. 学术会议

4. 提示性礼品
5. 样品
6. 各种宣传资料
7. 发表专业科普文章
8. 患者教育

参、 学术研讨会的实施

1. 专业学术活动的目的
2. 制定产品的专业学术活动预算
3. 确定合作方 (学会、杂志社、政府部门、医院、科室)
4. 拟定产品的专业学术活动方案
5. 排定工作日程
6. 准备相关材料和物品
7. 知己-----自己的产品
8. 知情-----市场现状、竞争对手
9. 知彼-----客户的需求
10. 定位-----产品、公司形象、会议的定位
11. 表达-----如何表达、找托儿
12. 讲者
13. 会控
14. 反馈
15. 跟踪