

## 《医药市场的推广技巧》课程教学大纲

**课程名称：**《医药市场的推广技巧》

**课程性质：** 企业内训/公开课

**教学时数：** 1-2 天

**教学要求：**采用课堂讲授、课堂小组讨论、体验式活动相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习和课后作业以巩固所学的知识。

### 教学纲要

#### 第一章，设计市场项目的出发起点

- 一、检测你所管产品的生命周期，
- 二、检测可落地的策略，
- 三、分析市场规模及医药环境
- 四、竞争对手的了解
- 五、标杆企业的解析
- 六、检测产品希望达到的阶段性目标

#### 第二章一个好的市场项目推广活动包含包括哪些元素？

- 一、从一个案例开始，
- 二、理解你的产品的市场机会，用市场项目释放生意机会。
  1. 寻找企业销售与客户共同利益
  2. 从买产品到买市场买资源
- 三、立体理解你的客户，用客户视角提升参与度。
  1. 客户关注的利益点有哪些？
  2. 客户不接招最主要的问题点在哪里
  3. 为什么优质客户的变消极了

#### 第三章，如何设计一个好的市场项目和推广活动，

- 一、设计思路与业务连接，从此不仅仅是在开会。
- 二、接受阶段，
- 三、新病人及老病人。

四、案例解析，

五、搭学术平台，与客户可沟通，

1. 意见领袖制造的从众心理

2. 学术大咖占位制造的权威心理

六、路径设计及改造，

七、线上线下联动，

八、案例解析。

#### **第四章、推广活动的入门版、进阶版和高阶版**

一、推广活动的入门版：覆盖及频次，

二、进阶版：与业务机会的关联

三、进阶版：如何提升覆盖？广度及效率线上线下覆盖

四、高阶版：如何持续提升客户参与度及互动？

五、案例解析，

#### **第五章、一个优秀的市场项目推广活动，如何进行过程管理及结果评估。**

一、市场项目的成功的主要因素。

二、在每一个节点，你需要做什么？

三、常见误区

四、市场项目如何评估？

五、市场项目会达到市场，项目会达到哪里，如何师姐放大级升级？

六、案例解析及讨论

七、培训总结