

医疗行业数字化营销趋势及实践

课程背景：

当下，医疗行业已普遍认识到数字化营销的重要性在跃升，其所扮演的角色正由早期的市场营销活动辅助性工具，一步步转变为可指导业务精准满足医患需求、延展药械产品和业务体系的利器。未来，数字化营销及其相关的数字化建设还将持续提供前所未有的可创造价值 and 可捕捉机遇，引领药械企业诸多方面的商业变革，乃至促成整体的战略转型。

然而，医疗行业的天然基因决定其数字化营销的开端和升级易面临重重挑战。理想的数字化营销发展路径提供了未来可期的想象空间，但回看现实中的落地进程，头部药械企业的探索之路铺满了各种各样的“坑”，不少痛点和待满足需求具有一定的行业共性。梳理、总结此中珍贵的思考和经验，有助于尚未正式启程或已经路遇险阻的同侪互相取经，少走弯路。

数字化已经融入到生活的方方面面，互联网、云计算、大数据、物联网和人工智能等数字技术正向人类生活的各个领域全面推进与渗透，一切皆可数字化连接与呈现，一切皆可数字化重新定义，数字化将对产业和行业带来巨大变化和颠覆，数字化转型对中国企业而言，不仅是一道战略选择题，更是一道生存题。实体企业能否把握住数字化浪潮，实现企业的数字化转型也成为企业能否应对未来挑战的关键。

生物医药行业也不例外。近十年，数字营销被医疗健康行业广泛使用，其价值和复杂性也在持续增长。医疗营销人员和数字团队必须了解数字营销形势--它现在是什么样子，以及它是如何演变的。

医疗企业的管理者如何推进企业的数字化营销转型？企业如何利用数字化技术搭建药企的数字化运营能力？如何在企业的管理和运营过程中提升数字化的管理思维认知，让医疗企业的文化和行为更加数字化？《医疗行业数字化营销趋势及实践》为学员在思维认知、转型方法论、转型实操等方面提升企业主数字化转型的认知，从战略层面推动企业的数字化转型布局。

本课程让学员了解医疗行业数字化营销发展趋势，了解智慧医疗、精准医疗的运作方式，让医疗行业从业者站在未来发展趋势上做出企业战略决策，布局未来。

课程收益：

- 了解医疗行业的数字化营销发展趋势及特征；
- 明确医疗行业的变革方向；
- 学习领先的医疗企业战略布局及数字化企业转型操作，借鉴标杆企业经验；

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：医疗企业董事长、总裁、副总裁、总经理、副总经理等高层管理者；医疗企业老板等创业者。

课程方式：老师讲授+案例剖析+情景模拟+分组讨论；通过现场互动和案例分享，剖析知名企业的数字化转型的操作、核心思维、公司布局等，让学员掌握数字化转型方法论，明晰数字化转型的达成路径和方法，建立数字化思维架构体系；

课程大纲

第一讲：趋势篇

1. 数字化时代营销的发展趋势是怎样的？
2. 数字化营销的特征是什么？
3. 传统营销范式失效的原因是什么
4. 营销发展的四个阶段
5. 数字化营销策略的变革
6. 医疗数字化营销的特征和发展趋势；

案例：某外资高值耗材企业的数字化营销战略规划及实施步骤

案例

第二讲：战略篇

- 1、推动数字化营销变革的管理思维有哪 5 个特征？
- 2、数字化营销战略规划；
- 3、企业数字化营销十倍速增长的星云图模型是什么；
- 4、数字化时代的营销模式创新是怎样的？
- 5、数字化营销的战略本质是什么
- 6、数字化技术推动营销模式创新及商业模式变革
- 7、数字化营销管理能力包含的内容及体系建设

案例：：某内资器械企业“硬件到服务”的商业模式变革

第三讲：实践篇

- 1、 医疗行业是如何使用营销自动化工具的
 - 1) 数字化营销系统架构设计和规划
 - 2) 营销自动化与技术工具介绍
 - 3) 医疗 CRM 系统的现状及趋势
 - 4) 营销自动化平台介绍
 - 5) AI 与大数据在营销中的应用
- 2、 医疗行业如何进行客户全生命周期管理：
 - 获取客户：对客户进行精准识别；
 - 触达客户：搭建数字化营销矩阵；8 种营销触达策略；
 - 留存客户：构建 SCRM 用户留存系统和营销自动化系统；
 - 转化客户：从 4 个方面提升营销转化效果；

案例：某外资器械企业“数据驱动+线上-线下联动”的营销策略；

结束