

# 《学术推广核心方法论：像医生一样思考》

## ——学术推广诊疗六步

讲师：李瑜 Kimi

### 【课程背景】

在医药行业合规转型的关键时期，学术推广成为唯一出路。诊疗六步是全球 TOP 外企广泛应用的学术推广方法论，它通过解析医生诊疗决策路径，帮助代表与医生同频思考，精准挖掘临床需求。在实际的临床推广中，许多代表在仍存在以下问题：

- 无法从诊疗全流程视角理解医生处方动机
- 学术对话停留在产品层面，难以影响诊疗观念
- 不清楚如何将产品优势嵌入诊疗关键决策点
- 对上三路（观念改变）与下三路（处方行为）策略混淆不清

本课程基于辉瑞等企业实战经验，系统解构诊疗六步的底层逻辑与应用技巧，帮助代表从“产品推销”转向“诊疗方案推广”，实现合规且高效的学术转化。

### 【课程收益】

- 掌握诊疗六步模型（患者就诊→检查诊断→治疗方案→品牌选择→剂量→依从性）
- 学会通过探询发现医生在诊疗各环节的临床需求与处方障碍
- 能够将产品优势转化为诊疗方案价值点，影响医生处方观念
- 掌握上三路（诊疗观念改变）与下三路（处方行为改变）的组合策略
- 提升学术拜访效率，实现从“直觉销售”到“系统学术推广”的转型

【课程对象】医药代表、区域经理、产品经理等

【课程时间】0.5 天（6 小时/天）

### 【课程大纲】

#### 一、导入：如何认知管理者时间管理困境？

##### 1. 时间管理的三大观念

- 效能观：如何做正确的事
- 效率观：如何更快地做事
- 均衡观：如何持久且健康的做事

##### 2. 管理者时间管理的核心痛点

- 管理者时间消耗的典型场景：救火队长、琐事缠身、低效沟通、无效会议等
- 管理者时间管理的误区：身先士卒、填满日程、忽视精力管理等

## 活动：“撕思人生”

《像医生一样思考：诊疗六步》

——辉瑞制药学术推广核心方法论

主讲：XXX 老师

### 【课程背景】

在医药行业合规转型的关键时期，带金销售已不可持续，学术推广成为唯一出路。诊疗六步是辉瑞等外企广泛应用的学术推广方法论，它通过解析医生诊疗决策路径，帮助代表与医生同频思考，精准挖掘临床需求。然而，许多代表在推广中仍存在以下问题：

- 无法从诊疗全流程视角理解医生处方动机
- 学术对话停留在产品层面，难以影响诊疗观念
- 不清楚如何将产品优势嵌入诊疗关键决策点
- 对上三路（观念改变）与下三路（处方行为）策略混淆不清

本课程基于辉瑞等企业实战经验，系统解构诊疗六步的底层逻辑与应用技巧，帮助代表从“产品推销”转向“诊疗方案推广”，实现合规且高效的学术转化。

。

### 【课程收益】

- 掌握诊疗六步模型（患者就诊→检查诊断→治疗方案→品牌选择→剂量→依从性）
- 学会通过探询发现医生在诊疗各环节的临床需求与处方障碍
- 能够将产品优势转化为诊疗方案价值点，影响医生处方观念
- 掌握上三路（诊疗观念改变）与下三路（处方行为改变）的组合策略
- 提升学术拜访效率，实现从“直觉销售”到“系统学术推广”的转型

【课程对象】医药代表、区域经理、产品经理

【课程时间】0.5 天（3 小时）

### 【课程大纲】

## 一、 诊疗六步是什么？为什么是学术推广的核心方法论？

### 1. 诊疗六步的底层逻辑

- 医生的处方决策路径：从患者接诊到长期管理的完整闭环
- 为什么诊疗六步能精准切入临床需求？——以患者为中心的思维对齐

### 2. 诊疗六步的结构解析

- 上三路（患者就诊、检查诊断、治疗方案）：改变诊疗观念，做大市场蛋糕
- 下三路（品牌选择、剂量、依从性）：影响处方行为，抢占市场份额

**工具：诊疗六步模型图**

## 二、 如何运用诊疗六步挖掘临床需求？

### 1.上三路应用：诊疗观念推广

- 患者就诊：如何帮助医生扩大患者来源？（患教、科普、筛查项目）
- 检查诊断：如何引入新诊断标准或检查指标？（指南解读、检测工具推广）
- 治疗方案：如何将产品植入治疗方案决策树？（循证证据、专家共识）

### 2.下三路应用：处方行为转化

- 品牌选择：如何构建差异化优势？（剂型、安全性、循证数据）
- 剂量：如何推动足量足疗程使用？（疗效数据、剂量调整方案）
- 依从性：如何提升患者长期管理？（随访工具、患者教育支持）

**工具：品牌选择决策矩阵**

## 三、 诊疗六步在学术拜访中的实战应用

### 1.访前准备：基于诊疗六步设计探询问题

- 如何判断医生的处方瓶颈所在？（检查诊断不足？方案陈旧？品牌偏好？等）
- 如何将产品 FAB 转化为诊疗价值？（关联患者结局、诊疗效率提升等）

### 2.拜访执行：从探询到承诺的闭环

- 通过提问定位诊疗环节痛点
- 用诊疗证据满足临床需求
- 获取处方承诺

**演练：诊疗六步实战应用**

## 四、综合案例：诊疗六步全路径演练

- 案例背景：根据公司产品和市场策略定制
- 任务：从患者就诊到依从性设计推广策略
- 输出：制定结合诊疗六步的学术推广计划

**共创：诊疗六步下的推广计划**

## 五、课程回顾及总结：从知到行，知行合一

### 1.课程总结：

- 诊疗六步重点内容

### 2.行动承诺：

- 承诺与闭环：建立课后学习小组，鼓励持续践行与交流。

**颁奖：优秀分享团队颁奖**