

# 创造客户价值的医药企业专业销售技巧

## 【课程背景】

随着医药行业政策趋严（如带量采购、医药代表备案制），传统的"关系型"销售模式已难以持续。

医院销售代表面临三大挑战：

- 医生决策更理性：临床证据、药物经济学成为处方关键因素；
- 准入门槛提高：药事会审核严格，需专业化学术推广；
- 合规风险加剧：反商业贿赂监管强化，传统客情手段受限。

本课程专为医院合规推广场景设计，聚焦临床需求挖掘-专业拜访-合规上量全流程，帮助医院销售团队从"产品推销员"转型为"医学解决方案提供者"，在合规前提下实现业绩突破。

## 【课程收益】

对销售代表：

- 掌握黄金 30 秒拜访法，快速建立医生信任
- 学会用探寻技巧精准挖掘临床需求，告别盲目推销
- 熟练运用 FABE 法则传递产品价值，让学术推广真正有效
- 熟练运用处理客户顾虑技巧解除客户顾虑，让客户合作更紧密
- 掌握 3 大成交技巧，有效推动合规处方行为
- 建立合规客情维护方法论，降低法律风险

对医药公司：

- 统一标准化拜访流程，提升团队整体效率
- 强化市场部-销售协同，提高学术活动转化率
- 降低合规风险，减少因违规操作导致的客户流失

## 【课程特色】

- 实战导向：结合真实医药销售场景，提供可落地的销售技巧
- 案例教学：通过经典医药行业案例解析，帮助学员快速吸收知识
- 互动演练：角色扮演、情景模拟，强化实战能力。
- 政策合规：融入最新医药行业法规，确保销售行为合法合规。
- 定制内容：可根据企业需求调整课程重点（如处方药、OTC、医疗器械、疫苗等）。

## 【课程对象】

- 医药代表（负责医院临床推广）
- 销售经理（管理医院团队）
- 市场部（支持医院准入与学术活动）

## 【课程时长】

- 标准版：一天（6 小时/天）

▫ 进阶版：2 天（12 小时，含深度演练）

## 【课程大纲】

### 医院客户需求分析与市场洞察

#### 1. 医生/科室/药剂科的决策逻辑

- 临床需求 vs. 商业需求（医保控费、药占比考核）
- 关键决策人分析（处方医生、科主任等）

#### 2. 竞品对比与产品定位

- 如何提炼产品的差异化优势（疗效、安全性、经济学价值）

**案例：某医院医生处方需求分析**

### 高效拜访计划与执行

#### 1. 拜访前准备

- 目标设定（信息传递、关系建立、处方推动）
- 资料准备（临床文献、患者案例、竞品对比表）

#### 2. 拜访流程设计

- 优先级排序：高潜力医生 vs 高影响力 KOL
- 如何利用医院内部信息（出诊时间、科室会议）

**案例：某代表的一天**

**案例：科学设定拜访目标（SMART）**

### 开场白技巧——快速建立信任

#### 1. 黄金 30 秒法则

- 如何用一句话引起医生兴趣（数据、患者故事、最新指南）
- 学术型开场（“王主任，最近《中华 XX 杂志》这篇研究提到…”）
- 关系型开场（转介绍、共同联系人）
- 避免踩雷：低效开场白的常见错误

#### 2. 开场白设计

- 陈述拜访议题、陈述价值、询问是否接受
- 如何降低客户拒绝的技巧

**案例：如何快速打动客户**

**案例：被客户拒绝了怎么办**

### 深度探寻——挖掘真实需求

#### 1. 提问技巧

- 开放式问题（“您这类患者的治疗难点是什么？”）

▫ 封闭式问题 ("如果疗效更优, 您会考虑尝试吗?")

## 2. 聆听技巧

▫ 聆听级别

▫ 如何识别医生的隐性需求 (如科研支持、用药安全性顾虑等)

**案例：探寻技巧沙漠奇案**

**案例：客户有哪些隐形需求**

## 利益销售——打动客户心

### 1. FABE 呈现话术

▫ 特征：产品本身物理和化学属性

▫ 功效：带来的效果是什么

▫ 利益：对应客户需求

▫ 证据：让客户信服的证据

### 2. 证据呈现技巧

▫ 呈现技巧

▫ 讲解实验数据技巧

**活动：FABE 大挑战**

## 处理顾虑与反对意见——让客户深度信赖

### 1. 常见顾虑分类

▫ 怀疑：客户不信任你的言辞

▫ 误解：客户有需求但他认为你解决不了

▫ 缺陷：客户认为你的产品存在某些缺点

### 2. LSCPA 顾虑处理模型

▫ Listen (倾听) → Share (共情) → Clarify (澄清) → Prove (举证) → Ask (确认)

**案例：不同顾虑场景分类**

**案例：LSCPA 挑战**

## 成交缔结——推动处方行为

### 1. 三大成交技巧

▫ 直接成交法："您下周可以尝试给 3 例患者使用吗?"

▫ 假设成交法："如果提供患者随访支持, 您是否愿意试用?"

▫ 选择成交法："您更倾向先试用 5 例还是 10 例?"

### 2. 后续跟进策略

▫ 如何通过学术支持 (病例分享、科室会) 巩固处方习惯

**案例：选择式成交故事**

## 案例：如何推动有效成交