

<<医药营销>>

图书基本信息

书名：<<医药营销>>

13位ISBN编号：9787313070623

10位ISBN编号：7313070624

出版时间：2011-1

出版时间：上海交大

作者：上官万平

页数：420

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<医药营销>>

内容概要

《医药营销：医药代表150问》作者上官万平为中国医药界资深人士，长期坚守在医药营销的第一线。

作者对其多年来年积累、费心搜集的医药代表问题进行了科学的分类、深入的思考和理性的解析，从而汇编成了《医药代表150问》这部指南性的著作。

全书分为政策解读、法律法规、药价疑云、基础理论、实战技能、沟通艺术、典型问题、混沌地带、赢者态度、职业生涯、营销迷思等11个章节。

《医药代表150问》不仅可以作为医药代表、医药经理人的枕边书，也可以作为医务人员、政府官员的参考书。

<<医药营销>>

作者简介

上官万平，1974年5月出生，祖籍陕西省扶风县法门镇，医师，工商管理硕士（MBA）。中国医药界知名营销策划专家、培训师。

现任上海上官医药企业管理咨询有限公司和上海曼德医疗器械有限公司总经理。

职业生涯：儿科医生，珠海丽珠营销公司业务员。

先灵葆雅（Schering-Plough）医药代表，罗氏（Roche）地区主管，泰德公司地区经理。

众康公司执行总经理等。

主要著作有：《医药营销——医药代表实务》、《医药营销——地区经理实务》等。

<<医药营销>>

书籍目录

第一章 政策解读第二章 法律法规第三章 药价疑云第四章 基础理论第五章 实战技能第六章 沟通艺术第七章 典型问题第八章 混沌地带第九章 赢者心态第十章 职业生涯第十一章 营销迷思后记

<<医药营销>>

章节摘录

67 新药如可推广才能改变医生处方习惯 2008年,我主持一个新产品的上市工作,在做SWOT分析时,我将“MSD即将在中国上市该产品”作为最大的机会推出,招致许多股东的误解和不满。

我为什么把外企上市该产品作为最大的机会呢?

因为我深知我们的短板是不善于推概念,不善于造势。

兵者,势也。

另外,在资金方面,外企一掷千万都没有问题,而我们花10万都要掂量掂量。

关于新药的定义,不同国家有不同的表述。

例如日本,它对新药的规定是: (1)新的化学品。

(2)第一次当做药用的物质。

(3)增加新的适应症。

(4)改变给药途径的药品。

(5)改变剂量的药品。

(6)国外药典已收载而日本未生产过的药品。

2005年5月1日起执行的《药品注册管理办法》明确规定:中药分为9类,化学药分为6类,生物制品分为15类。

平心而论,笔者很难接受这种分类方法,因为它把简单问题复杂化了,而且不利于沟通交流。

这里只介绍其中的几种: 1)中药、天然药物注册分类 (1)未在国内上市销售的从植物、动物、矿物等物质中提取的有效成分及其制剂。

(2)新发现的药材及其制剂。

(3)新的中药材代用品。

2)化学药品注册分类 (1)未在国内上市销售的药品。

(2)通过合成或者半合成的方法制得的原料药及其制剂。

(3)天然物质中提取或者通过发酵提取的新的有效单体及其制剂。

3)生物制品注册分类 (1)未在国内上市销售的生物制品。

(2)单克隆抗体。

(3)基因治疗、体细胞治疗及其制品。

笔者不知道这位代表的产品属于哪一类?

为方便理解,笔者将新药分为三类: 1)全新产品 多指1类新药。

推广1类新药是外企的强项。

事实上,中国目前还很难诞生真正意义上的一类新药,偶得一两个,像金因肽(rhEGF)、注射用重组结构人肿瘤坏死因子(rmhTNF)等,也没有“卖”好。

2)半新产品 如在奥美拉唑普及以后出现的泮托拉唑、兰索拉唑、埃索美拉唑、雷贝拉唑;洛伐他汀普及以后出现的辛伐他汀、普伐他汀、阿伐他汀、氟伐他汀等。

这些后续产品已经无需推基础概念了。

3)老产品 我们也可以叫“品牌竞争”。

10个辛伐他汀片、3个兰索拉唑注射剂之间的竞争。

如何改变医生的习惯?

你需要换位思考。

如果你是医生,你为什么要接受一个可能存在风险的产品?

要知道,改变就意味着不确定性和风险。

本书有太多地方已经给出了答案。

.....

<<医药营销>>

编辑推荐

为什么民众对医改“不满意”？
医生为什么“知法犯法”？
药品降价是福是祸？
何谓木桶理论？
如何处置医生的逆向转化？
和医生成交的最佳时机是什么？
如何看待回扣现象？
优秀药代应该具备什么样的心态？
……上官万平编著的这本《医药营销(医药代表150问)》以“娓娓道来”、“拉家常”的口语表述方式，浓缩处理了医药代表的150个问题。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>