

<<特价N0102 OTC产品的通路行销>>

图书基本信息

书名：<<特价N0102 OTC产品的通路行销(软件)>>

13位ISBN编号：9787900663566

10位ISBN编号：7900663568

出版时间：1900-01-01

出版时间：

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>

<<特价N0102 OTC产品的通路行销>>

内容概要

随着我国医疗制度改革步伐的加快，医药市场的竞争从医院处方逐步转移到零售药店，OTC市场无疑蕴涵着巨大的商机与挑战。

零售终端的多样化也要求OTC厂商、营销队伍跳出既往的运作模式，加强终端的执行效率与竞争力。

本课程详细结合OTC产品与处方药、保健食品的营销差异及OTC分销通路的特点，系统讲授了OTC产品高效的通路行销技能，使您切实掌握OTC市场的开拓、保持、扩张等相关知识，从而快速提升销售业绩。

<<特价N0102 OTC产品的通路行销>>

书籍目录

第一讲 OTC产品与处方药及保健食品的营销差异（上）

- 1.引言
- 2.医学特性的差异
- 3.政策特性的差异
- 4.商业特性的差异

第二讲 OTC产品与处方药及保健食品的营销差异（下）

- 1.行销执行的差异
- 2.OTC产品在医院的行销差异
- 3.OTC代表和处方药代表的角色差异
- 4.OTC代表的岗位职责与绩效

第三讲 OTC产品的终端推广计划

- 1.引言
- 2.目标客户的覆盖
- 3.销售路线的制订
- 4.销售拜访路线设定方法

第四讲 OTC代表的门店拜访

- 1.实现终端销售的影响因素
- 2.拜访前的准备
- 3.店内拜访七部曲

第五讲 OTC产品的陈列

- 1.引言
- 2.陈列概况介绍
- 3.陈列的目的
- 4.陈列的六项基本原则
- 5.陈列的技巧

第六讲 OTC产品的促销（上）

- 1.促销的概念
- 2.促销的作用
- 3.促销的种类

第七讲 OTC产品的促销（下）

- 1.引言
- 2.促销计划的制订
- 3.促销的评估
- 4.促销的执行

第八讲 OTC分销渠道与客户遴选

- 1.OTC分销渠道的特点
- 2.商业客户的遴选原则

第九讲 OTC零售终端及商务管理

- 1.OTC零售终端的类型
- 2.终端客户的开发与管理
- 3.OTC商务管理的特点
- 4.商务管理

第十讲 OTC销售团队的建立

- 1.销售组织类型
- 2.OTC工作的独特性

<<特价N0102 OTC产品的通路行销>>

3.OTC队伍的组建

第十一讲 OTC销售的制度化管理与激励

1.OTC销售的制度化

2.绩效反馈法

3.有效激励

第十二讲 OTC终端过程及结果管理

1.过程管理

2.结果管理

第十三讲 OTC资源管理及客户管理

1.销售资源管理

2.主要客户管理

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>