第一图书网, tushu007.com

<<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

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。

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

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销售的制度化管理
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

第一图书网, tushu007.com

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