

医药营销

战

最佳制胜之道

何贯中 郝雨风●编著

Winning by the
Pharmacy
Marketing



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

营销 100 战 · 最佳制胜之道丛书 / 06

医药营销 100 战 · 最佳制胜之道

Winning by the Pharmacy Marketing

何贯中 郝雨风 编著

 **中国经济出版社**
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

医药营销 100 战/何贯中, 郝雨风编著. —北京: 中国经济出版社, 2006. 5
(最佳制胜之道)

ISBN 978 - 7 - 5017 - 7453 - 1

I. 医… II. ①何…②郝… III. 药品—市场营销学 IV. F724. 73

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 022700 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 苏耀彬 (电话: 010-6835-4197)

责任印制: 石星岳

平面设计: 白朝文

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市地矿印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 28.5 字数: 540 千字

版 次: 2007 年 1 月第 1 版

印次: 2007 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 0001-4000 册

书 号: ISBN 978-7-5017-7453-1/F·6009 定价: 58.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282



作者简介

郝雨风

资深管理咨询和IT行业背景，历任多家知名企业营销总监、销售总监、运营总监及总经理等管理职务，兼任数家知名企业营销管理顾问，近百家知名企业的管理咨询实践和丰富的营销实战经验，资深大客户管理和多部门经营协作管理经验。

作者对大客户管理理论与实践均颇有研究，著有大客户营销管理丛书，丛书包括《大客户战略与管理》《大客户销售管理》《大客户团队与目标管理》和《大客户市场与客户管理》，中国经济出版社出版。

作者E-mail:

Haoyven@yahoo.com.cn

Haoyven@gmail.com



作者简介

何贯中

资深医药行业背景，历任中外知名上市企业市场总监、销售总监、营销总监、副总经理等管理职务，丰富的医药、保健品全国市场开发、营销管理及经营管理实战经验，多次全局主持新产品上市工作，善于整合企业内外部资源，通过创新实现企业目标。

作者E-mail:

Heguanzhong@126.com

医药营销

战

100
最佳制胜之道

何贯中 郝雨风●编著

Winning by the
Pharmacy
Marketing

北京理工大学出版社
BEIJING UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS



前 言

在新经济环境下，国内各行业都面临高成长机遇和高竞争生存环境的挑战，而企业在转型或成长过程中，在流程化与标准化的不断摸索过程中，会不断遇到一些不可规避的、急需解决的、重要的管理问题或瓶颈问题，这些问题成为困扰企业经营与成长的主要障碍，无论对于企业经营者还是实际执行者，都不可避免地需要直面这些问题。

那么企业该如何解决这些实际问题？如何突破这些必须逾越的障碍？

营销 100 战·最佳制胜之道丛书将这些企业经营和市场营销过程中经常遇到的紧急、重要与热点问题集成册，利用系统的方法和实战技巧深入剖析与探讨这些现实问题的实质，力图从全新的视角，为这些在战略、市场、销售、渠道、服务、客户、供应链和营销管理领域困扰已久的实际问题提供实战经验与技巧参考，全方位地提供系统解决方案，务求“营销百战，最佳制胜”。

营销 100 战·最佳制胜之道丛书第一期《销售 100 战·最佳制胜之道》《渠道 100 战·最佳制胜之道》《客户 100 战·最佳制胜之道》等三个单行本已经于 2006 年 1 月由中国经济出版社出版，丛书第二期包括《市场 100 战·最佳制胜之道》《物流 100 战·最佳制胜之道》《医药营销 100 战·最佳制胜之道》《海外营销 100 战·最佳制胜之道》《高科技营销 100 战·最佳制胜之道》等五个单行本。营销 100 战·最佳制胜之道丛书特别适合企业经营管理者 and 从事市场、销售、客户、渠道、服务、供应链管理 etc 具体工作的管理者和执行者阅读。

营销 100 战·最佳制胜之道丛书的特点主要体现在：

1. 针对性强。针对企业经营和市场营销过程中经常遇到的紧急、重要与热点问题，全方位提供系统解决方案。

2. 可操作性强。从实战出发，着眼于实际工作中的面临的紧迫问题，结合大量翔实的管理模版、图表和解决方案，可直接应用于实际工作中。



3. 内容全面。深入剖析企业经营和市场营销实践中的现实问题，力图以全新视角提供实战经验和技巧参考。

4. 指导性强。书中结合精准的管理图表、管理流程、管理体系和案例分析，高屋建瓴，是您案头必备的工具书。

营销 100 战·最佳制胜之道丛书的出版是集体努力的结果，为此书的评阅和出版贡献了很多的人的宝贵时间，在此作者非常感谢中国经济出版社第一编辑部苏耀彬编审，是他的努力使本书得以早日与读者见面，苏老师更在百忙之中亲自参与选题，提供大量专业意见和前沿选题方向，并抽时间亲自审校丛书，务求精细，将丛书以最佳面貌敬献给广大读者。

同时，作者更加感谢国内外相关领域的专家和业界同仁在各种渠道分享的知识和研究成果，充实了丛书的内容。特别感谢在为高科技行业有关企业提供咨询和培训期间，行业内众多资深人士给予的大力协助和支持，在长期的沟通过程中，给予《高科技营销 100 战·最佳制胜之道》一书很多实战经验和方向指引以及中肯建议。

由于营销 100 战·最佳制胜之道丛书涉及内容较多，并限于作者的经验与水平，书中难免存在不足之处，衷心希望各界人士和读者能予以批评指正。同时，更希望能借此与诸位同仁共同探讨有关企业经营过程中的各个层面问题。如有建议或指正之处，或咨询有关问题，欢迎与作者直接联系 E-mail: haoyven@yahoo.com.cn 或 haoyven@gmail.com，丛书作者将视时间安排情况提供咨询或交流。

郝雨风

2006 年 11 月 21 日



序 言

医药保健产品关系到千家万户的生活和健康，是世界贸易中增长最快的产品之一。近 20 年来，中国医药保健市场得到了迅猛的发展，医药工业总产值年均增幅达到 17.6%，2005 年更是突破了 4000 亿元。随着国民经济的持续发展、人们生活水平的不断提高、老龄化社会的加速发展和农村医药市场的逐步扩大，我国对医药保健产品的需求将持续扩大，医药行业将在相当长的时间里继续保持高速增长。

在行业高速发展的同时，中国医药行业已经进入了创新与整合时代，科研和市场的创新与整合、资本和供应链的创新与整合、产品和品牌的创新与整合、思想观念和营销执行的创新与整合、可持续发展与人力资源有序管理的创新与整合，已成为提高企业竞争力，推动行业发展的主要力量。

对于置身于医药行业的企业管理者和营销经理人而言，如何把握市场要素及其相互关系，把市场营销的普遍规律与企业实践紧密、有效地结合起来，整合企业资源和自身能力，寻找到适应行业发展需要的、更具指导意义和可操作的营销战略和计划，是抢占行业发展的战略优势，打造企业核心竞争力，引领企业快速发展的关键之一，而懂市场、会管理、全面掌握市场营销技能的复合型人才无疑将是这一过程的领军人物。

《医药营销 100 战·最佳制胜之道》是一本专门研究医药企业营销活动的组织、计划、运营、管理的书籍，该书着眼于解决医药企业营销工作中面临的营销战略选择、产品管理、市场定位与策划、品牌建设、渠道运作、终端建设、营销管理等各种实战问题，并对解决这些问题的思路、原则、步骤、方法、工具等进行了深入浅出、精辟独到的分析，对于企业营销活动中的重点和热点问题提供了全面系统的解决方案。不仅如此，该书还为医药企业的营销管理与运作提供了大量的来自企业实战的流程设计和各种图示说明，具有很高的借鉴价值和实用性。

《医药营销 100 战·最佳制胜之道》出版于医药行业整合、变革的时期，出版于产



业升级、行业规范、市场竞争加剧的背景之下，对于希望参与和赢得未来更规范的市场竞争、全面提升自身营销实战能力和理论水平企业和营销人来说，都是一本开卷有益的教材和案头工具书，更是医药营销职业经理人的良师益友。

相信《医药营销 100 战·最佳制胜之道》将带给广大读者更多的启迪和思考！祝愿中国医药营销人百尺竿头、更进一步！祝愿中国医药行业蓬勃发展，更上一层楼！

2005 年度中国医药行业十大风云人物
陶朝晖
中国非处方药物协会特聘副秘书长

2006 年 11 月 30 日

中国经济出版社第一编辑部

苏耀彬编审向您推荐其编辑的图书

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
		“中经管理智慧译丛”【1~5】			
1	5764	有效的电子商务推广计划①	28.00	凯西·埃斯	2003.03
2	5765	一种全新的专家②	18.00	里恩·麦戈文	2003.03
3	5766	临时管理——高级经理们的一种全新的职业选择③	20.00	丹尼斯·拉塞尔	2003.03
4	5767	国际市场营销失败案例④	18.00	甄伟 李晓光	2003.03
5	5768	学会管理⑤	18.00	甄伟 米俊	2003.03
		中经资本市场热点案例丛书【1~3】			
6	5885	上市公司退市与复市案例①	22.00	童 增	2003.05
7	5886	买壳借壳上市案例②	22.00	童 增	2003.05
8	5887	创业企业改制案例③	22.00	童 增	2003.05
		感性、悟性与理性广告语三卷书【1~3】			
9	6525	中外感性广告语经典与点评①	26.00	白 光	2004.10
10	6526	中外悟性广告语经典与点评②	26.00	白 光	2004.10
11	6527	中外理性广告语经典与点评③	26.00	白 光	2004.10
		语言与传播丛书【1~28】			
12	5783	对面——著名播音员主持人访谈录①	28.00	翁 佳	2003.03
13	5784	处处放光彩——成功广告语访谈录②	28.00	於 春	2003.03
14	5785	语言以人为本——第三轮语言哲学对话③	28.00	赵 俐	2003.03
15	5786	幽默与节目主持人的语言艺术④	15.00	王宇红	2003.03
16	5787	留心各种语言现象⑤	25.00	于根元	2003.03
17	5788	语言是大海⑥	16.00	于根元	2003.03
18	6000	语言宣言——我们关于语言的认识⑦	25.00	赵 俐	2003.10
19	6002	你的手机来信了⑧	20.00	贾 磊	2003.10
20	6084	有创意才有时尚——成功广告语访谈录⑨	25.00	於 春	2004.01
21	6085	十字街头的语言文字⑩	20.00	陈晓宁	2004.01
22	6086	电视广告语言的类型和创作⑪	20.00	刘艳春	2004.01
23	6087	主持人的个性化语言⑫	25.00	蔡长虹	2004.01
24	6088	播音主持语言策略⑬	22.00	徐树华	2004.01
25	6089	路途和手段——语言学及应用语言学研究方法⑭	20.00	于根元	2004.01
26	6070	唤醒语言⑮	16.00	于根元	2004.01

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
27	6001	语言的轮休和充电——第四轮语言哲学对话 ^⑩	25.00	赵 俐	2005.01
28	6693	体态语和礼仪 ^⑪	20.00	熊征宇	2005.01
29	6694	论整体设计语言 ^⑫	26.00	陈晓宁	2005.01
30	6695	只要你想——成功广告语访谈录 ^{⑬⑭}	28.00	於 春	2005.01
31	6696	电视谈话节目创作散论 ^⑮	18.00	王 婷	2005.01
32	6697	语言交际 ^⑯	28.00	刘艳春	2005.01
33	6698	语言学家的故事 ^⑰	28.00	徐红燕	2005.01
34	6699	语言在交际中规范 ^⑱	25.00	施春宏	2005.01
35	6700	语言是小河 ^⑲	25.00	韩陈其	2005.01
36	0962	播音主持语言研究十篇 ^⑳	18.00	于根元	2006.01
37	0963	应用语言学前沿问题 ^㉑	28.00	于根元	2006.01
38	0964	名牌电视访谈节目研究报告 ^㉒	25.00	翁 佳	2006.01
39	0965	论语结——有效提高语言实践能力 ^㉓	32.00	於 春	2006.01
		中国新农村建设丛书【1-6】			
40	6681	现代化进程中的农地制度及其利益格局重构 ^①	25.00	王景新	2005.01
41	6682	乡村新型合作经济组织崛起 ^②	25.00	王景新	2005.01
42	6683	村域经济转轨与发展——国内外田野调查 ^③	25.00	王景新	2005.01
43	6684	非农化与农村社会分层——十个村庄的实证研究 ^④	25.00	卢福营 刘成斌	2005.01
44	6686	明日中国：走向城乡一体化 ^⑤	25.00	王景新 李长江 曹荣庆	2005.01
		大客户管理丛书【1-4】			
45	6859	大客户战略与管理 ^①	64.50	郝雨风	2005.08
46	6860	大客户销售管理 ^②	59.50	郝雨风	2005.08
47	6861	大客户团队与目标管理 ^③	54.50	郝雨风	2005.08
48	6862	大客户市场与客户管理 ^④	45.50	李朝霞	2005.08
		品牌的故事丛书【1-14】			
49	0454	品牌创意的故事 ^①	20.00	白 光	2005.08
50	0455	品牌图形的故事 ^②	45.00	白 光	2005.08
51	0456	品牌演变的故事 ^③	22.00	白 光	2005.08
52	0457	品牌注册的故事 ^④	24.00	白 光	2005.08
53	0458	品牌维权的故事 ^⑤	28.00	白 光	2005.08
54	0459	品牌经营的故事 ^⑥	24.00	白 光	2005.08
55	0460	品牌造词的故事 ^⑦	20.00	白 光	2005.08
56	7309	品牌夙愿的故事（上下） ^⑧	68.00	白 光	2006.01
57	7310	品牌构成的故事 ^⑨	32.00	白 光	2006.01
58	7311	品牌宣传的故事 ^⑩	32.00	白 光	2006.01

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
59	7312	品牌公关的故事①	30.00	白 光	2006.01
60	7313	品牌应变的故事②	36.00	白 光	2006.01
61	7314	百年老品牌故事③	32.00	白 光	2006.01
62	7315	品牌失败的故事④	34.00	白 光	2006.01
		企业理论研究丛书【1~4】			
63	6857	交易、治理与经济效益—O. E. 威廉姆森交易成本经济学①	18.00	王国顺	2005.12
64	6858	技术、制度与企业效率——企业效率基础的理论研究②	20.00	王国顺	2005.12
65	6855	企业理论：契约理论③	25.00	王国顺	2006.01
66	6856	企业理论：能力理论④	22.00	王国顺	2006.01
		其 他			
67	6701	新时期推广普通话方略研究	26.00	于根元	2005.01
68	6702	语言预测词典	24.00	郭丽君	2005.01
69	6703	推广普通话文件资料汇编	24.00	课题组	2005.01
70	6557	保险案例评析	26.00	郑美琴	2004.10
71	6711	企业融资理论与实务	28.00	王丽娅	2005.01
72	0714	政府转型——中国改革下一步	50.00	海南改革院	2005.01
73	6849	中国农民组织建设	58.00	中国（海南） 改革发展研究院	2005.01
74	0228	青年塑造未来（2004，上下册）	60.00	蔡富有 樊和平	2005.01
75	0468	中小企业发展——挑战与对策	48.00	中国（海南） 改革发展研究院	2005.02
76	7055	商业银行法制、道德和管理	18.00	王玉珍	2005.07
77	6966	中国农村经济解难	22.00	黄建宏	2005.08
78	5604	中国现代应用语言学史纲	38.00	于根元	2005.08
79	7171	政府转型与建设和谐社会	50.00	中国（海南） 改革发展研究院	2005.10
80	7174	创新发展的战略选择	60.00	蔡富有	2005.10
81	7134	中国小城镇现代服务业发展研究	40.00	乔 忠	2005.11
82	0990	门槛——政府转型与改革攻坚	48.00	迟福林	2005.12
83	7268	解构金阳——中国西部城市发展观察	38.00	史 芳	2005.12
84	7269	中国农业家庭经营制度	25.00	阮文彪	2005.12
85	7270	科学发展观与农业持续发展	18.00	阮文彪	2005.12
		营销100战·最佳制胜之道丛书【01~03】			
86	7121	销售100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风	2006.01
87	7122	渠道100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风 李朝霞	2006.01
88	7123	客户100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风	2006.01
		其 他			
89	2100	民间组织发展与建设和谐社会	50.00	中国（海南） 改革发展研究院	2006.01

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
90	4682	政府转型与社会再分配	50.00	中国(海南) 改革发展研究院	2006.03
91	2285	中国改革为何成功	35.00	朱华友	2006.03
		品牌链接丛书【1~4】			
92	7472	中国要走农业品牌化之路	35.00	白 光 马国忠	2006.05
93	7473	农业品牌产品的质量安全	35.00	白 光 马国忠	2006.05
94	7474	农业品牌产品的营养保健	35.00	白 光 马国忠	2006.05
95	7475	农业品牌产品的食疗秘方	35.00	白 光 马国忠	2006.05
		城镇社区管理者经济法律手册【1~4】			
96	7476	市场经济秩序规则	35.00	白 光 邱如山	2006.05
97	7477	市场经济监督规则	35.00	白 光 邱如山	2006.05
98	7478	市场经济保证规则	35.00	白 光 邱如山	2006.05
99	7479	市场经济裁决规则	35.00	白 光 邱如山	2006.05
		其 他			
100	7480	2006'中国改革评估报告	38.00	迟福林 主编	2006.05
101	7513	智力资本与企业战略并购	28.00	何庆明	2006.08
102	7596	民间资本投资基础设施领域研究	28.00	王丽娅	2006.08
103	7716	中国区域经济发展观察——浙中城市群的崛起	25.00	赵红英	2006.10
104	7609	中国新农村建设：乡村治理与乡镇政府改革	50.00	中国(海南) 改革发展研究院	2006.10
105	7722	聚焦中国公共服务体制	50.00	中国(海南) 改革发展研究院	2006.10
106	7784	直谏中国改革(2001.11~2006.10)	55.00	中国(海南) 改革发展研究院	2006.10
107	7897	中国公共服务体制：中央与地方	55.00	中国(海南) 改革发展研究院	2006.12
108	6685	中国新农村建设：理论、实践与政策	38.00	浙江师范大学 农村研究中心、 工商管理学院	2006.12
		营销100战·最佳制胜之道丛书【04~08】			
109	7449	市场100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风	2007.01
110	7450	物流100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风	2007.01
111	7453	医药营销100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风 何贯中	2007.01
112	7451	海外营销100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风 关进良	2007.01
113	7452	高科技营销100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风	2007.01

联系方式：010-6835-4197 (传真) 个人主页：<http://www.cephsyb.com>
 电子信箱：cephs@economyph.com 或 suyaobin@126.com



目 录

前 言
序 言

第一章 医药营销战略

1. 如何分析宏观营销环境 (1)
2. 如何分析内部营销环境 (5)
3. 如何进行市场调研 (9)
4. 如何进行竞争分析 (16)
5. 如何分析消费者需求 (21)
6. 如何分析消费者行为 (23)
7. 如何进行消费者访谈 (27)
8. 如何进行市场细分 (32)
9. 如何有效制订企业目标 (36)
10. 如何确定营销战略 (39)
11. 如何制订有针对性的竞争战略 (46)
12. 如何确定产品的市场定位 (50)
13. 如何进行市场定位测试 (53)
14. 如何开发新产品 (56)
15. 如何进行新药报批 (60)
16. 如何为产品命名 (66)



- 17. 如何开展临床研究····· (70)
- 18. 如何为产品定价····· (74)
- 19. 如何设计产品包装····· (78)
- 20. 如何规范药品包装····· (81)
- 21. 如何设定销售目标····· (85)
- 22. 如何撰写营销计划书····· (89)
- 23. 如何建立竞争情报系统····· (93)

第二章 渠道管理

- 24. 如何进行渠道设计····· (99)
- 25. 如何选择渠道模式····· (106)
- 26. 如何优化销售渠道····· (111)
- 27. 如何进行渠道分销····· (115)
- 28. 如何设计渠道价格策略····· (119)
- 29. 如何维护市场价格····· (123)
- 30. 如何选择经销商····· (126)
- 31. 如何做好经销商资信管理····· (132)
- 32. 如何进行经销商绩效管理····· (137)
- 33. 如何拟定经销协议····· (140)
- 34. 如何管理经销商····· (150)
- 35. 如何调动经销商积极性····· (157)
- 36. 如何建立规范的渠道管理体系····· (162)
- 37. 如何做好商务工作····· (168)
- 38. 如何设计渠道促销计划····· (172)
- 39. 如何解决渠道冲突····· (174)
- 40. 如何防止冲窜货····· (179)
- 41. 如何制订招商策略····· (185)



- 42. 如何实施招商工作 (192)
- 43. 如何进行招商谈判 (195)
- 44. 如何制订招商计划书 (198)
- 45. 如何进行招商团队建设与运作 (200)

第三章 终端管理

- 46. 如何规范终端管理 (204)
- 47. 如何进行终端分类 (207)
- 48. 如何建立终端档案 (209)
- 49. 如何设计终端陈列 (214)
- 50. 如何进行终端包装 (218)
- 51. 如何收集终端信息 (221)
- 52. 如何构建终端竞争壁垒 (223)
- 53. 如何统计终端纯销 (225)
- 54. 如何实现终端成功 (228)
- 55. 如何开发县乡市场 (231)
- 56. 如何进行终端激励 (235)
- 57. 如何设计促销活动 (240)
- 58. 如何选择促销品 (245)
- 59. 如何管理导购人员 (247)
- 60. 如何培训导购人员 (251)
- 61. 如何设计联合促销 (256)
- 62. 如何设计促销手册 (259)



第四章 销售管理

- | | | |
|------------|------------------------|-------|
| 63. | 如何撰写销售计划 | (262) |
| 64. | 如何组建市场部 | (265) |
| 65. | 如何协调市场部与销售部的分工合作 | (271) |
| 66. | 如何设计销售行政工作 | (274) |
| 67. | 如何设计销售物流工作 | (277) |
| 68. | 如何设计销售财务工作 | (281) |
| 69. | 如何招聘销售人员 | (288) |
| 70. | 如何培训销售人员 | (294) |
| 71. | 如何设定拜访计划 | (299) |
| 72. | 如何有效拜访客户 | (303) |
| 73. | 如何开好销售会议 | (309) |
| 74. | 如何发表演讲 | (316) |
| 75. | 如何组建驻外办事处 | (322) |
| 76. | 如何利用销售报表进行日常管理 | (325) |
| 77. | 如何做好业务代表的销售跟进工作 | (332) |
| 78. | 如何进行绩效管理 | (336) |
| 79. | 如何实现有效的激励 | (341) |
| 80. | 如何成为优秀的区域经理 | (344) |
| 81. | 如何快速接手新的销售区域 | (351) |
| 82. | 如何设计销售人员的薪酬 | (355) |
| 83. | 如何考核终端销售人员 | (361) |
| 84. | 如何提升员工凝聚力 | (364) |
| 85. | 如何收集销售情报 | (366) |
| 86. | 如何进行销售分析 | (369) |
| 87. | 如何使产品顺利进入医院 | (372) |
| 88. | 如何建立完整的医院档案 | (376) |