

药品营销综合实训教程

全国医药职业技术教育研究会 组织编写

周晓明 邱秀荣 主编 张李锁 主审



Chemical Industry Press

73



化学工业出版社
现代生物技术与医药科技出版中心

药品营销综合实训教程

全国医药职业技术教育研究会 组织编写
周晓明 邱秀荣 主编 张李锁 主审



化学工业出版社
现代生物技术与医药科技出版中心

· 北 京 ·

(京) 新登字 039 号

图书在版编目(CIP)数据

药品营销综合实训教程/周晓明, 邱秀荣主编. —北京: 化学工业出版社, 2005. 5
ISBN 7-5025-6925-1

I. 药… II. ①周…②邱… III. 药品-市场营销学-教材 IV. F763

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 054794 号

药品营销综合实训教程

全国医药职业技术教育研究会 组织编写

周晓明 邱秀荣 主编 张李锁 主审

责任编辑: 陈燕杰 余晓捷 孙小芳

责任校对: 周梦华

封面设计: 关 飞

*

化 学 工 业 出 版 社 出版发行
现代生物技术与医药科技出版中心

(北京市朝阳区惠新里 8 号 邮政编码 100029)

发行电话: (010) 64982530

[http:// www cip com cn](http://www.cip.com.cn)

*

新华书店北京发行所经销

北京永鑫印刷有限责任公司印刷

三河市海波装订厂装订

开本 787mm×1092mm 1/16 印张 12 字数 283 千字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-5025-6925-1

定 价: 23.00 元

版权所有 违者必究

该书如有缺页、倒页、脱页者, 本社发行部负责退换

《药品营销综合实训教程》编审人员

主 编 周晓明（山西生物应用职业技术学院）

邱秀荣（山西生物应用职业技术学院）

主 审 张李锁（山西生物应用职业技术学院）

副 主 编 李朝霞（山西生物应用职业技术学院）

参编人员（按姓氏笔画排序）

上官艳芳（山西生物应用职业技术学院）

卫军锋（山西生物应用职业技术学院）

王变梅（山西生物应用职业技术学院）

王学峰（山西生物应用职业技术学院）

任灵梅（山西生物应用职业技术学院）

安光峡（山西生物应用职业技术学院）

李朝霞（山西生物应用职业技术学院）

邱秀荣（山西生物应用职业技术学院）

张 莉（山西生物应用职业技术学院）

周凤莲（山西生物应用职业技术学院）

周晓明（山西生物应用职业技术学院）

全国医药职业技术教育研究会委员名单

会 长 苏怀德 国家食品药品监督管理局

副会长 (按姓氏笔画排序)

王书林 成都中医药大学峨眉学院

严 振 广东化工制药职业技术学院

周晓明 山西生物应用职业技术学院

缪立德 湖北省医药学校

委 员 (按姓氏笔画排序)

马孔琛 沈阳药科大学高等职业技术学院

王吉东 江苏省徐州医药高等职业学校

王自勇 浙江医药高等专科学校

左淑芬 河南中医学院药学高职部

付梦生 湖南省药学职业中等专业学校

白 钢 苏州市医药职工中等专业学校

刘效昌 广州市医药中等专业学校

闫丽霞 天津生物工程职业技术学院

阳 欢 江西中医学院大专部

李元富 山东中医药高级技工学校

张希斌 黑龙江省医药职工中等专业学校

陆国民 复旦大学药学院第二分院

林锦兴 山东省医药学校

罗以密 上海医药职工大学

钱家骏 北京市中医药学校

黄跃进 江苏省连云港中医药高等职业技术学校

黄庶亮 福建食品药品职业技术学院

黄新启 江西中医学院高等职业技术学院

彭 敏 重庆市医药技工学校

鼓 毅 长沙市医药中专学校

谭骁或 湖南生物机电职业技术学院药学部

秘书长 (按姓氏笔画排序)

刘 佳 成都中医药大学峨眉学院

谢淑俊 北京市高新职业技术学院

全国医药高职高专教材建设委员会委员名单

主任委员 苏怀德 国家食品药品监督管理局

副主任委员 (按姓氏笔画排序)

王书林 成都中医药大学峨眉学院

严 振 广东化工制药职业技术学院

周晓明 山西生物应用职业技术学院

委 员 (按姓氏笔画排序)

马孔琛 沈阳药科大学高等职业技术学院

王质明 江苏省徐州医药高等职业学校

石 磊 江西中医学院大专部

闫丽霞 天津生物工程职业技术学院

杨群华 广东化工制药职业技术学院

李光锋 湖南生物机电职业技术学院药学部

李榆梅 山西生物应用职业技术学院

张秀琴 河南中医学院药学高职部

竺芝芬 浙江医药高等专科学校

周淑琴 复旦大学药学院第二分院

罗以密 上海医药职工大学

黄新启 江西中医学院高等职业技术学院

缪立德 湖北工学院生物工程学院药学分院

缪存信 福建食品药品职业技术学院

潘 雪 北京市高新职业技术学院

秘 书 长 (按姓氏笔画排序)

刘 佳 成都中医药大学峨眉学院

谢淑俊 北京市高新职业技术学院

前 言

从 20 世纪 30 年代起,我国即开始了现代医药高等专科教育。1952 年全国高等院校调整后,为满足当时经济建设的需要,医药专科层次的教育得到进一步加强和发展。同时对这一层次教育的定位、作用和特点等问题的探讨也一直在进行当中。

鉴于几十年来医药专科层次的教育一直未形成自身的规范化教材,长期存在着借用本科教材的被动局面,原国家医药管理局科技教育司应各医药院校的要求,履行其指导全国药学教育为全国药学教育服务的职责,于 1993 年出面组织成立了全国药学高等专科学校教育教材建设委员会。经过几年的努力,截至 1999 年已组织编写出版系列教材 33 种,基本上满足了各校对医药专科教材的需求。同时还组织出版了全国医药中等职业技术教育系列教材 60 余种。至此基本上解决了全国医药专科、中职教育教材缺乏的问题。

为进一步推动全国教育管理体制改革和教学改革,使人才培养更加适应社会主义建设之需,自 20 世纪 90 年代以来,中央提倡大力发展职业技术教育,尤其是专科层次的职业技术教育即高等职业技术教育。据此,全国大多数医药本专科院校、一部分非医药院校甚至综合性大学均积极举办医药高职教育。全国原 17 所医药中等职业学校中,已有 13 所院校分别升格或改制为高等职业技术学院或二级学院。面对大量的有关高职教育的理论和实际问题,各校强烈要求进一步联合起来开展有组织的协作和研讨。于是在原有协作组织基础上,2000 年成立了全国医药高职高专教材建设委员会,专门研究解决最为急需的教材问题。2002 年更进一步扩大成全国医药职业技术教育研究会,将医药高职、高专、中专、技校等不同层次、不同类型、不同地区的医药院校组织起来以便更灵活、更全面地开展交流研讨活动。开展教材建设更是其中的重要活动内容之一。

几年来,在全国医药职业技术教育研究会的组织协调下,各医药职业技术学院齐心协力,认真学习党中央的方针政策,已取得丰硕的成果。各校一致认为,高等职业技术教育应定位于培养拥护党的基本路线,适应生产、管理、服务第一线需要的德、智、体、美各方面全面发展的技术应用型人才。专业设置上必须紧密结合地方经济和社会发展需要,根据市场对各类人才的需求和学校的办学条件,有针对性

地调整和设置专业。在课程体系和教学内容方面则要突出职业技术特点，注意实践技能的培养，加强针对性和实用性，基础知识和基本理论以必需够用为度，以讲清概念，强化应用为教学重点。各校先后学习了“中华人民共和国职业分类大典”及医药行业工人技术等级标准等有关职业分类，岗位群及岗位要求的具体规定，并且组织师生深入实际，广泛调研市场的需求和有关职业岗位群对各类从业人员素质、技能、知识等方面的基本要求，针对特定的职业岗位群，设立专业，确定人才培养规格和素质、技能、知识结构，建立技术考核标准、课程标准和课程体系，最后具体编制为专业教学计划以开展教学活动。教材是教学活动中必须使用的基本材料，也是各校办学的必需材料。因此研究会及时开展了医药高职教材建设的研讨和有组织的编写活动。由于专业教学计划、技术考核标准和课程标准又是从现实职业岗位群的实际需要中归纳出来的，因而研究会组织的教材编写活动就形成了几大特点。

1. 教材内容的范围和深度与相应职业岗位群的要求紧密挂钩，以收录现行适用、成熟规范的现代技术和管理知识为主。因此其实践性、应用性较强，突破了传统教材以理论知识为主的局限，突出了职业技能特点。

2. 教材编写人员尽量以产、学、研结合的方式选聘，使其各展所长、互相学习，从而有效地克服了内容脱离实际工作的弊端。

3. 实行主审制，每种教材均邀请精通该专业业务的专家担任主审，以确保业务内容正确无误。

4. 按模块化组织教材体系，各教材之间相互衔接较好，且具有一定的可裁减性和可拼接性。一个专业的全套教材既可以圆满地完成专业教学任务，又可以根据不同的培养目标和地区特点，或市场需求变化供相近专业选用，甚至适应不同层次教学之需。因而，本套教材虽然主要是针对医药高职教育而组织编写的，但同类专业的中等职业教育也可以灵活的选用。因为中等职业教育主要培养技术操作型人才，而操作型人才必须具备的素质、技能和知识不但已经包含在对技术应用型人才的要求之中，而且还是其基础。其超过“操作型”要求的部分或体现高职之“高”的部分正可供学有余力，有志深造的中职学生学习之用。同时本套教材也适合于同一岗位群的在职员工培训之用。

现已编写出版的各种医药高职教材虽然由于种种主、客观因素的限制留有诸多遗憾，上述特点在各种教材中体现的程度也参差不齐，但与传统学科型教材相比毕竟前进了一步。紧扣社会职业需求，以实用技术为主，产、学、研结合，这是医药教材编写上的划时代的转变。因此本系列教材的编写和应用也将成为全国医药高职教育发展历史的一座里程碑。今后的任务是在使用中加以检验，听取各方面的意见及时修订并继续开发新教材以促进其与时俱进、臻于完善。

愿使用本系列教材的每位教师、学生、读者收获丰硕！愿全国医药事业不断发展！

全国医药职业技术教育研究会

2004 年 5 月

编写说明

为适应当前职业教育的培养目标,满足医药类学校市场营销专业的教学要求,解决学生理论学习与社会实践容易脱节的难题,我们编写了本教材。本教材收集了大量医药企业的营销实例,共编写了60多个不同内容的单项和综合实训项目,融合了11门药品营销专业课和专业基础课。通过本教材的逐项训练,可使学生在校内模拟完成上岗前的培训,具备营销员应有的综合素质,增强在实际工作中分析问题和解决问题的能力,为实现毕业生的零距离就业奠定扎实的基础。

本教材具有以下特点。

1. 本教材主要从如何“做”上下功夫,根据实际工作的要求编排了不同的实训内容。每个实训内容均相应地给出模拟企业的背景资料,根据资料让同学们通过实训来完成各营销环节的具体工作。教材中设置了比较精练的实训指导和典型实例,供学生在实际操作中参考。

2. 本教材是以实际操作为主,但在实际操作时只有票据流而没有实物流,为了防止有些学生在操作时出现应付、不认真等现象,我们同时制定出考核标准和方法,要求实训教师认真批改实训报告,详细考核实际操作过程和结果,教师进行点评后根据标准和点评给出该项实训成绩。

本教材实训主要包括以下内容。

设置一个模拟企业的背景资料,选择了3套综合实训项目,每项均从市场调查、市场预测、汇总调查、根据调查资料制定购销计划、进行商务谈判、根据谈判结果签订合同、举办营业推广活动、公关促销活动、广告促销、销售管理、售后服务等进行营销各环节的系统训练。通过单项和综合训练,使学生对医药经营活动的全过程,有一个比较完整的了解和认识,全面掌握每个经营环节各项具体业务应该怎么做、做时应注意什么问题。

通过本教材的实训学生应掌握的基本技能主要有以下几个方面。

1. 掌握如何设计及实施医药市场调查方案,如何对收集到的资料进行整理、汇总、分析,并提出预测的方案。

2. 掌握商务谈判中的原则和技巧。

3. 掌握撰写各种条款合同、格式合同的基本技能和技巧。

4. 掌握传播的技巧和方法;会进行简单的公关策划,撰写公关活动方案;会运用简单的CIS塑造组织形象;具有处理公关危机的基本能力。

5. 树立良好的推销道德意识;掌握树立良好印象的方法;掌握拜访客户、推销洽谈、销售演示、处理客户异议,以及促成交易的技巧。

6. 正确认识到售后服务是营销之本;掌握GSP对营销企业售后服务的要求;学会妥

善处理客户投诉。

本教材作为实训教材，可以与各学期所开专业课的理论教材一并使用进行单项实训，也可以在所有专业课程学完之后、毕业实习之前，集中两周时间进行综合实训。

总之，通过运用本教材进行实训，可以使药品营销专业的学生进入社会后，能较快地进入角色，较好地适应医药营销工作，并能很快打开工作局面。

本教材由山西生物应用职业技术学院经济贸易系主任邱秀荣副教授担任主编并对全书进行统稿，山西双鹤药业有限公司副总经理张李锁先生任主审，山西生物应用职业技术学院经济贸易系副主任李朝霞任副主编。

本教材主要参编人员及编写情况：第一篇市场调查与预测由上官艳芳编写；第二篇商务谈判由任灵梅编写谈判部分，李朝霞编写签订合同部分；第三篇药品定价由王学峰编写；第四篇分销渠道由周凤莲编写；第五篇医药促销由卫军峰编写推销部分与营业推广部分，李朝霞编写公关促销部分，王变梅编写广告宣传部分；第六篇药品销售与售后服务由张莉编写；第七篇经营分析、第八篇综合实训由邱秀荣编写；参阅资料药品物流操作原理及规范由安光峡编写。

本书编写过程中得到山西生物应用职业技术学院院长助理李榆梅的指导，得到了山西华阳药业股份有限公司经理刘根喜的真诚帮助，在此表示深深的谢意。

由于时间仓促，水平有限，书中仍有不完善和不足之处，恳请有关专家提出宝贵意见。

编 者

2004年10月6日

内 容 提 要

本书是全国医药职业技术教育研究会组织编写的医药高职高专系列教材之一。为适应医药类学校市场营销专业的教学要求,本书收集了大量医药企业的营销实例,共编写了60多个不同内容的单项和综合实训项目。主要包括医药市场调查与预测、商务谈判、药品定价、营销组合因素、医药促销、经营分析、物流配送、药品销售管理与售后服务等内容。融合了11门药品营销专业课和专业基础课。通过本教材的逐项训练,使学生模拟完成上岗前的培训,增长在实际工作中分析问题和解决问题的能力。

本书可供医药高职高专学校市场营销相关专业学生使用,也可供医药企业营销人员培训学习使用。

目 录

第一篇 医药市场调查与预测	1
实训一 医药市场调查方案的拟定.....	1
实训二 信息资料的正确处理.....	5
实训三 设计调查问卷.....	7
实训四 访问面谈调查方法	10
实训五 医药市场调查报告的撰写	12
实训六 医药市场预测	15
实训七 定性预测方法——德尔菲法	18
实训八 医药市场预测的运用	20
第二篇 商务谈判	23
实训一 语言沟通	23
实训二 非语言沟通	26
实训三 制造僵局的策略	28
实训四 故布疑阵	30
实训五 让步的技巧	32
实训六 最后通牒	34
实训七 商务谈判类型	36
实训八 撰写合同	37
实训九 拟写协议书	47
第三篇 药品定价	53
第四篇 营销组合因素——分销	63
实训一 销售渠道类型的选择	63
实训二 选择分销商应考虑的因素	65
实训三 选择分销商的方法和渠道成员绩效的评估方法	69
实训四 解决渠道冲突的方法	71
第五篇 医药促销	75
医药产品推销	75
实训一 推销道德意识的树立	75
实训二 电话邀约及打电话的技巧	77
实训三 树立良好的印象	78

实训四	有效拜访医药市场终端	80
实训五	推销洽谈之培养倾听的习惯	83
实训六	推销洽谈之销售陈述的技巧	85
实训七	推销洽谈之提问技巧	87
实训八	产品销售演示技巧	89
实训九	处理顾客异议的技巧	92
实训十	促成交易的技巧	94
医药广告宣传		95
实训一	广告文案创作	95
实训二	广告创意表现	99
实训三	广告策划	101
公共关系		104
实训一	医药企业形象设计	104
实训二	公共关系传播	109
实训三	营销公关策划	113
实训四	处理公共关系危机	120
促销活动		124
实训一	参观药品生产或销售企业的促销活动	124
实训二	医药产品促销策划	125
第六篇 药品销售与售后服务		129
药品销售管理		129
实训一	药品批发企业的销售	129
实训二	药品零售企业的销售	131
实训三	特殊药品的销售	133
售后服务		135
实训一	客户投诉的处理	136
实训二	客户访问	139
实训三	药品不良反应报告	142
第七篇 经营分析		147
资产负债表分析实务		147
短期偿债能力分析		148
实训一	流动比率分析	148
实训二	速动比率分析	149
长期偿债能力分析		150
实训一	负债比率分析	150
实训二	产权比率分析	151
利润表分析实务		152

实训一 经营效率分析.....	152
实训二 盈利能力分析.....	154
实训三 经营利润率分析.....	155
典型实例一 资产负债表分析实务.....	156
典型实例二 利润表分析实务.....	159
第八篇 综合实训	163
参阅资料 药品物流操作原理及规范.....	167

第一篇 医药市场调查与预测

实训一 医药市场调查方案的拟定

一、实训目的

通过实训，使学生在了解市场调查基本原理、知识的基础上，掌握如何策划医药市场调查方案。

二、实训内容

背景资料：医药行业是关系国计民生的行业，随着我国市场经济的建立和完善，医药市场竞争更加激烈。根据资料表明：每年城镇居民在非处方药（OTC）消费上，感冒药占 85%。据业内人士预测，目前我国 OTC 市场约有近 200 亿元的容量，而感冒药的年销售额在 20~100 亿元，显然这是一个让制药生产企业趋之若鹜的市场。现假定你是某制药企业的一名市场部经理，准备在本地区的零售药店、医院药房采取抽样调查法和调查问卷法对本企业生产的治疗感冒的新产品“感冒清片”进行一次市场调查活动。

提示：调查渠道可选市场上有知名度的市场调研机构或自己公司自行组织调查。

三、实训要求

第一步：进行消费者调查

调查目的

1. 了解“感冒清片”这一目标市场的容量。
2. 了解此目标市场在哪里，细分市场如何定位。
3. 了解目标市场的引导难度和开发成本支出。

调查内容及方法设计

1. 调查对象 “感冒清片”所有适用人群。
2. 调查内容
 - ① 了解调查对象本身对感冒药的认知及现实态度；
 - ② 了解调查对象对“感冒清片”这一新感冒药的认知及认可程度；
 - ③ 了解调查对象对市场上治疗感冒的药品认知及需求状况；

④ 了解调查对象对市场上治疗感冒的药品的使用及购买状况（是否会购买、购买动机、购买名称、购买频率）；

⑤ 了解使用人群对其使用产品的意见和态度；

⑥ 了解调查对象背景资料（包括性别、年龄、职业、收入等个人特征）。

3. 调查方法 问卷访问。

4. 抽样设计 随机抽样。

5. 统计分析方法 聚类分析、联合分析、采用统计分析软件。

第二步：进行关于销售终端的调查

1. 调查对象 终端销售人员，药店终端促销，医院药房终端。

2. 调查方法 扫街式入店访问。

3. 实施区域 本地区。

4. 调查内容

① 网点覆盖率调查；

② 市场占有率调查；

③ 营业员认知及推荐状况调查。

第三步：根据调查项目的紧急程度确定调查时间

第四步：预算调查费用

第五步：根据上述步骤拟订一份市场调查提纲

第六步：填写下列计划表，得出完整的计划方案

市场调查计划表

调查目的				
调查区域				
调查对象				
调查期间				
行程	时间	活动项目	对象	备注
准备事项				
经费预估				
批示				
批示：	审核：		制表：	

四、考核标准与方法

总分 10 分，要求写出实训报告，具体采用课堂填表法，按实际填报内容的条