

医药市场终端开发与管理:医药销售终端概述 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/169/2021_2022__E5_8C_BB_E8_8D_AF_E5_B8_82_E5_c23_169480.htm 一、医药营销中的四种典型模式

二、终端的基础知识 1)、终端含义 2)、终端重要性 3)、终端类型 4)、构成终端的要素 (一)、终端的含义

终端 (零售场所、零售点) :是指商品与消费者直接见面的地方;实现商品与货币交换的地方;是商品从厂家到真正购买者手中的最后一环;在通路各环节中,终端是企业实现销售的最后战场。终端是商品向货币的惊险一跳过程中的最后跳板,是顾客、商品、金钱三项要素的联结点,是企业和消费者接触的最后枢纽。

(二)、终端工作的重要性 1、销售的源头 对于消费品、保健品和药品,终端效应已经成为拉动销售的一个重要手段:有人对 1 6 4 例样本进行调查:结果显示有 5 2.4 % 的患者选择直接到药店购药,说明零售渠道越来越为人们关注与重视。

2、谈判的筹码(略) 3、促销活动的场地(略) 4、竞争的利器 研究表明:消费者达到购物终端前就决定购买某种的产品的约占30%,70%的消费者是在终端才决定购买某种商品及其数量的,而前面30%的消费者,会受到终端影响,有13.4%的人会改变购买计划。

5、信息的窗口 了解消费者的最佳途径,到位的终端工作不仅可以提示产品的存在,还可以展示企业文化与企业形象。

6、承上启下的纽带 消费者通过店头信息了解生产商;企业通过店头信息收集了解消费者的需求。

(三)、终端类型 1、零售药店 (平价大药店、药超) 2、医院 3、车站码头药品零售场所 4、商场及宾馆药柜 5、企事业单位卫生室 6、劳保用药市场

零售店员终端的特点 1、以医带售；2、自诊选购；3、顾客重效用而轻价格；4、准顾客多；5、专业知识要求：医药知识（四）、构成终端的要素 硬终端维护：（图略）软终端建设：（图略）100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com