

学术营销：医药市场一抹亮丽的风景 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022__E5_AD_A6_E6_9C_AF_E8_90_A5_E9_c123_289328.htm 新概念带动新热潮

！新思路带来新气象！学术营销：中小企业需要立马关注！
第一：稳固并提升与客户之间的联系,第二：转变企业产品的经营理念,第三：重视学术营销团队的建设 蓝哥智洋国际行销顾问机构 于斐 营销，应该是当今过剩经济时代最具诱惑力的词语了。众多企业浸润期间，但成功的凤毛麟角，大多数折戟沉沙。为什么，没有真正理解营销深层次本质个性特征折射出来的多元化需求所包含精神属性上的动态功能，他们总认为自身研发的产品在确保品质的前提下应该有市场。其实，对消费心理和需求文化认知上的幼稚和理解上的肤浅导致了在市场执行中处处被动挨打，教训何其惨痛。时间走到了2006年的夏天，众多从事保健品传统营销手法的企业正在遭遇凄惨、悲凉的局面。这其中包括曾经一度品牌红火、广告招摇的大企业，如今出现了市场下滑销售萎缩的困境。严峻的现实客观的摆在眼前，那种面临新的市场形势，仍旧迷信广告拉动、终端推动的招数早就落伍了，而多年来奉行的优惠、折扣、让利等促销手段外以及整天围绕代理商、经销商转的工作方法已逐步被满足消费者真实的需求所采取的各种服务手段所替代。此情此景，让诸多“营销学”的研究专家们有了更重的历史责任感。“营销”发展到今天，敢问路在何方？与此同时，“学术营销”又被提上了历史舞台的前沿。那么，何谓“学术营销”？“学术营销”有何魅力使得其在这个历史关头又被频频提起？而广大的中小企业又该如

何开展“学术营销”呢？新概念带动新热潮！学术营销是指企业在营销过程中注重学术含量和学术价值，帮助客户增加相关知识并提高消费素质，从而达到引导消费需求，提高营销效果和市场占有率的目的，具有强烈的预见性、时代感、新颖性、成熟性、权威性等特征。而运用于医药保健品领域的学术营销，它是针对目标顾客的需求以及潜在的需求，主动提供医药保健品的知识，在知识的传播中达成与消费者之间的互动，从而让消费者了解医药保健品的功能以及适应的症状。学术营销是对消费者的教育，是对品牌积极的宣传和传播。在国外，学术营销是众多医药保健品新品牌、新产品推广的主要方式。目前，不少医药保健品企业在广告上大动干戈，但是和消费者之间总是还有一段距离，原因何在？这种距离的产生就是因为消费者对于医药保健品知识的缺乏，对医药保健品品牌缺乏深入了解；而广告宣传又难以传播更多的产品信息造成的。还有一个原因，就是广告的说服程度相比学术营销的说服程度要弱。品牌知名度不等于品牌销量。实现销量主要的环节还是在于和消费者的沟通。学术营销不是单纯的义诊，也不是一场两场学术讲座，而是充分调动企业在研发、销售以及应用方面的优势，把消费者的沟通作为推广的重点，从而避开激烈的终端竞争和耗时耗力耗财的地面推广，更加准确地锁定目标消费者，形成品牌和消费者需求的互动，进而带动持久的销售。新思路带来新气象！随着禁止处方药在大众媒体上发布广告制度的实施，处方药如何开拓新的营销模式，成为医药企业面临的迫切问题。“知识营销”、“学术营销”已不再是新鲜词，国内大大小小的药企开始接受这一营销新概念。然而说来容易做起来难，特别

是对于无论在资金还是经验方面远不如合资或外资企业的国内药企，学术营销之路并不是一条平坦的金光大道。说起学术营销，人们印象中总少不了各种以企业赞助形式的学术研讨会、学术征文、专题讲座和专业人员培训。条件好一些的企业还可以邀请国外专家来华讲学，资助专家出国参加学术研讨会或资助医师做深入的临床研究。然而，这种形式并没有产生多大的影响。原因之一，国内药企在学术地位上远远比不上国外企业，外企往往是某一产品的发明者或专利的拥有者，我们的仿制品要想从学术的权威性上争取机会似乎不太可能。在企业赞助的学术会上主办方一般会给予赞助者一定的演讲时间，允许企业散发宣传品。然而一年下来，无论是全国性的学术会议还是地区专科会议，企业的效果并不很理想。参会者并不认为那些学者是在作学术演讲，只当成一次产品推荐会，会议过后并没留下什么印象。原因之二，国内企业为专家学者提供参加国际水平的学术交流机会微乎其微。国内外企业都善于做面向专家的专业营销，因为他们是学科带头人，他们的研究方向和成果代表了这一专业的权威进展。可是面向专家的学术营销不仅要有财力支持，还要有强烈的学术氛围和企业参与科研的条件。一些著名的外资药厂都有自己的科研基金和实力雄厚的研究机构，有条件资助国内学者出国交流，或邀请国外学者来华讲学；而国内药企就没有这个实力，最普遍的也只是提供全国范围内的交流，在这一点上外企占了很大的优势。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