

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_289470.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