

مرحبا بكم في برنامج مهارات التسويق والبيع الدوائي

استثمر ذاتك

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / ابيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي -



www.anardes.net

عن المدرب :

- عملت مع كبرى الشركات الدولية الدوائية.
- خبير تدريب ومدرب معتمد في مجال التسويق والبيع الدوائي لأكثر من 20 عاما.
- نفذت العديد من برامج التسويق والبيع الدوائي لموظفي عدة شركات دوائية ولخريجي تخصص صيدلة الراغبين العمل في هذا المجال

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

عن البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

يشهد السوق الدوائي منافسة شديدة لذا يتحتم على شركات الادوية الاهتمام بتدريب موظفيها وتعريفه بأخلاقيات التسويق الدوائي واكسابهم مهارات التسويق والبيع الدوائي .



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



الفئة المستهدفة للبرنامج :

- جميع العاملين في التسويق والبيع الدوائي .
- المندوبين الطبيين ومندوبي المبيعات في الشركات الدوائية
- خريجي تخصص الصيدلة من الكليات والمعاهد الطبية .
- طلاب المستويات الأخيرة في اقسام الصيدلة في الكليات والمعاهد الطبية .
- كل من يرغب في تطوير مهاراته في هذا المجال.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

اهداف البرنامج :

في نهاية هذا البرنامج سيكون المشارك قادرا على :

- 1- ادراك مفهوم التسويق الدوائي وعلاقة ادارة المبيعات بإدارة التسويق.
- 2- معرفة اخلاقيات التسويق والبيع الدوائي .
- 3- فهم عناصر المزيج التسويقي الدوائي وعناصر المزيج الترويجي.
- 4- التعرف على المهارات الواجب توفرها في مندوب مندوب الترويج الطبي (المندوب العلمي) .
- 5- معرفة معايير واساليب تجزئة السوق الدوائي .
- 6- الطرق المثلى لتصنف (الأطباء والصيدليات والمستشفيات) المبنية على حجم الوصفات والطلبات.



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

(تكملة) اهداف البرنامج :

- 7- تحليل SWOT (عناصر القوة والضعف والفرص والتحديات).
- 8- التصنيف الفعال للمنتجات الدوائية والية ترويجها وتسويقها.
- 9- التخطيط للزيارات و المقابلات للأطباء .
- 10- افضل الخطوات التي يتبعها المندوب الطبي في عرض وتقديم المنتج لدوائي للأطباء .
- 11 - التقييم الفعال لكل زيارة يقوم بها وتصحيح جوانب القصور مستقبلا.
- 12- اعداد تقرير الانجاز (الاسبوعي والشهري) ووضع خطة عمل مستقبلية (اسبوعية وشهرية)
- 13- الالمام بمهارات ومهام مندوبي المبيعات وكيفية ابرام صفقات بيع ناجحة.
- 14- التعرف على أهمية ومحتويات الخطة التسويقية وخطة المبيعات .



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

محاوَر البرنامج

1- التسيوَق الدوائِي وَاخلاقِيَاتِه وَعناصر المزيج التسيوَقِي الدوائِي

2- التخطِيط الفعَال للمندوب الطَبِي

3- التفاوض الفعَال والتعامل مع الاعتراضات.

4- مندوبي المبيعات وكيفية ابرام صفقات البيع الناجحة

اسم المدرب: دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج: مهارات التسيوَق والبيع الدوائِي



التسويق الدوائي و اخلاقياته و عناصر المزيج التسويقي الدوائي

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / ابيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

سنتناول :

- مفهوم التسويق الدوائي وأهميته.

- أخلاقيات التسويق الدوائي .

- عناصر المزيج التسويقي الدوائي.

- عناصر المزيج الترويجي الدوائي..

- المغريات البيعية.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



- التسويق الدوائي :

- مجموعة من الأنشطة والجهود التي تقوم بها الشركات الدوائية لإيصال المنتجات الدوائية والمعلومات المتعلقة بها الى العملاء (الأطباء – الصيادلة – المرضى).

- المزيج التسويقي الدوائي **4Ps**

(**P** Product – **P** Price – **P** Promotion – **P** Place)

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

1- المنتجات فيه تتعلق بصحة الانسان.

2- الصناعة الدوائية تتطلب تكاليف مرتفعة وبالمقابل لابد من تحقيق أرباح عالية.

3- تحقيق التوازن بين رضا الزبائن وتلبية حاجاتهم وبين رضا الشركات وتحقيق أرباح.

4- يتطلب من العاملين في التسويق الدوائي الامام بأخلاقياته وامتلاك مهارات عالية.

اسم المدرب :- دكتور- صيدلاني / لبيب شاهر ----- اسم البرنامج :- مهارات التسويق والبيع الدوائي -----

المواثيق الدولية التي يجب ان تلتزم بها الشركات الدوائية

في كل دولة أيضا هناك مدونة اخلاقيات في تسويق المنتجات الدوائية

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



المواثيق الدولية التي يجب ان تلتزم بها الشركات الدوائية:

1 - ميثاق ممارسات التسويق الدوائي : أصدره الاتحاد الفيدرالي لمصنعي وجمعيات الدواء
(IFPMA)

2- ميثاق أصدرته الجمعية الطبية الدولية
World Medical Association

3 - ميثاق أصدره المجلس الدولي للممرضات
International Council of Nurses
والاتحاد الفيدرالي الدولي للصيادلة
International Federation of Pharmacists

4 – المعايير الأخلاقية للدعاية الطبية للدواء التي وضعتها منظمة الصحة العالمية.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

في كل دولة أيضا هناك مدونة اخلاقيات في تسويق المنتجات الدوائية :

- 1- تسجيل المستحضر الدوائي .
- 2- الاذن بالتسويق.
- 3- دور المندوب الطبي .
- 4- استخدام المواد الدعاية والهدايا .
- 5- العينات الدوائية المجانية.
- 6- دعم الندوات والمؤتمرات الطبية.
- 7- المنح والتبرعات المالية.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / ابيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

في كل دولة أيضا هناك مدونة
اخلاقيات في تسويق المنتجات
الدوائية

المواثيق الدولية التي يجب ان
تلتزم بها الشركات الدوائية



حماية حقوق المستهلك (المريض)

مدير شركة دوائية يعي جيدا أخلاقيات التسويق الدوائي لكنه لا يهتم في اتباعها وتطبيقها ويسمح لموظفيه في إدارة الترويج الطبي وإدارة المبيعات استخدام كل الأساليب الترويجية والبيعية التي يرغبون والتي تعمل على زيادة حجم مبيعات منتجات الشركة . حتى وان كانت الأساليب التي يستخدمونها تتعارض مع أخلاقيات التسويق الدوائي .

برايك : 1- ماهي الاضرار وما المشكلات التي ستلحق بالشركة الدوائية نتيجة ذلك ؟

2- ما الحلول التي ستقدمها لإدارة الشركة لتخفيف حجم الاضرار الناجمة ولمعالجة المشكلات التي واجهتها الشركة ؟

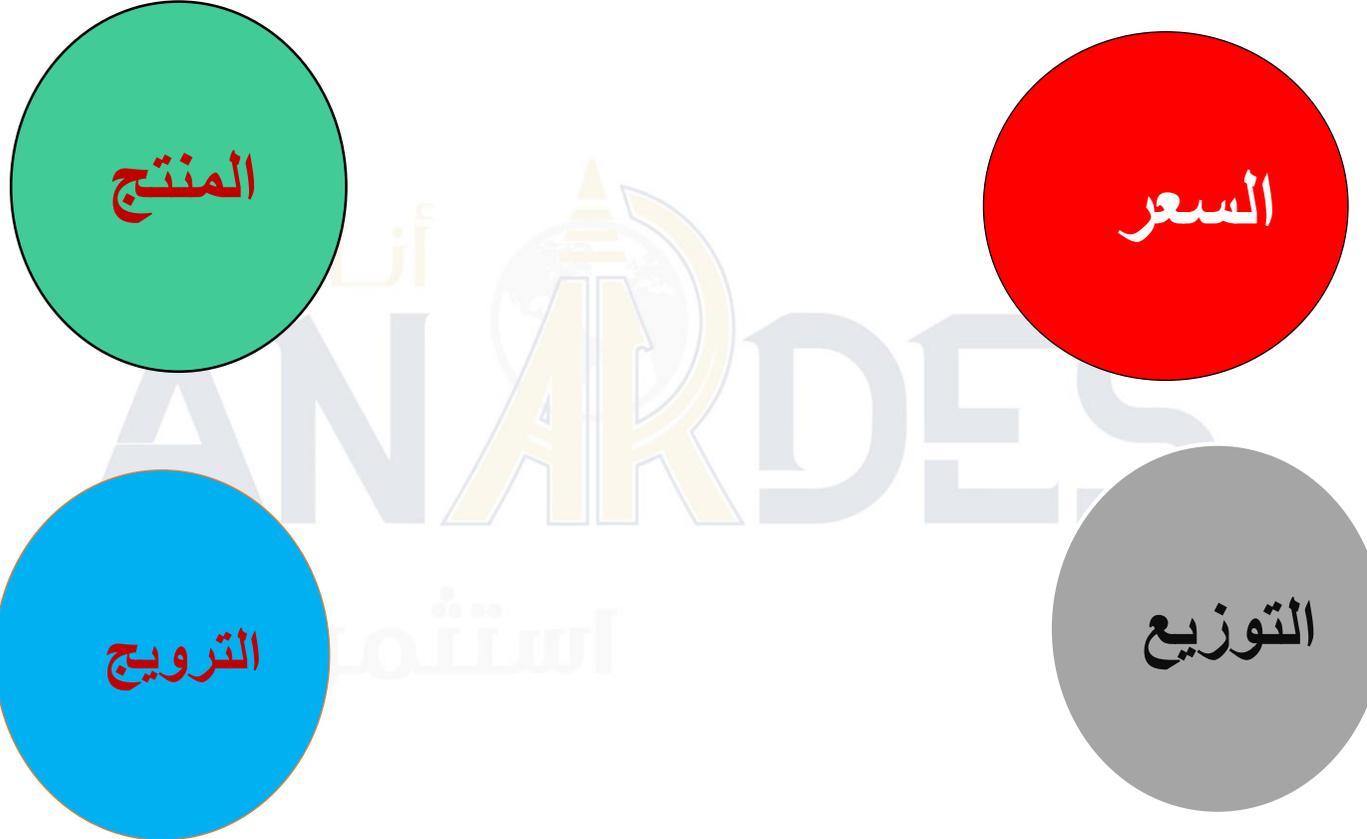
اسم المدرب : دكتور - صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي -

ملاحظات على دراسة الحالة السابقة .
ANARDES
استثمر ذاتك

اسم المدرب : - - - دكتور - صيدلاني / لبيب شاهر - - - اسم البرنامج : - - - مهارات التسويق والبيع الدوائي - - -



عناصر المزيج التسويقي الدوائي.



اسم المدرّب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

عناصر المزيج التسويقي الدوائي

1 - المنتج الدوائي :

يعتبر أحد عناصر المزيج التسويقي الدوائي و يشمل الدواء الذي يحتاجه المريض للمعالجة بالإضافة إلى كافة المواد أو السلع المرافقة لعملية المعالجة.

يشمل المنتج العناصر الشكلية للدواء مثل أسم الدواء أو العلامة التجارية أو أسم الشركة المنتجة بالإضافة إلى حجم ولون العبوة والبيانات المكتوبة على الورقة الاسترشادية والمواصفات الشكلية مثل تاريخ الإنتاج و تاريخ انتهاء الصلاحية بالإضافة الى لون وطعم وشكل الدواء.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

2- السعر:

السعر هو القيمة التي يحددها البائع للمنتج و يقبلها المشتري لأنها تتفق مع المنافع التي يمثلها المنتج بالنسبة له.

و يعتبر السعر من أكثر عناصر المزيج التسويقي مرونة وديناميكية وذلك لقدرته على التغير وفقا للمتغيرات التي تحدث في السوق.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / اييب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



www.anardes.net



1- سياسة الكشط (للمنتجات الجديدة) .

2- سياسة التوغل او التغلغل (المسكنات) .

3- أسعار منخفضة ومدعومة (لأدوية الامراض المزمنة كالسكري والضغط) .

مهارات التسويق والبيع الدوائي

اسم البرنامج :

دكتور صيدلاني / لبيب شاهر

اسم المدرب :



www.anardes.net

نشاط (10 دقائق)

ما المقصود بالمنتجات الدوائية التي تصنف انها OTC وماهي افضل الطرق لتسويقها؟

ANARDES
استثمر ذاتك

اسم المدرب: دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج: مهارات التسويق والبيع الدوائي



تصنيف المنتجات الدوائية

ما المقصود بالمنتجات الدوائية التي تصنف انها OTC وماهي افضل الطرق لتسويقها ؟

ANARDES
استثمر ذاتك

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



3- التوزيع :

الآلية التي يتم بموجبها تغطية السوق الدوائي من خلال قنوات تستخدم إيصال المنتجات الدوائية لأسواقها المستهدفة وذلك من خلال هيكل يتكون من الوسطاء والتوزيع المادي.

ويتضمن التوزيع منافذ عديدة مثل المنتجين أو شركات تصنيع الأدوية بالإضافة إلى تجار الجملة أصحاب المستودعات وتجار التجزئة أو الصيدليات الخاصة والحكومية بالمستشفيات وصولاً إلى المستهلك.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

1- تحقيق الاتصال المستمر بين المنتج والمستهلك.

2- تحقيق الإشباع والرضى للمستفيد مما يؤدي إلى إكساب الشهرة للشركة الدوائية.

3- يعد التوزيع عنصرا هاما لأنه يؤثر على بقية عناصر المزيج التسويقي.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



برايك : من هم وسطاء التسويق الدوائي؟ وما أهمية كل وسيط منهم؟



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

من هم وسطاء التسويق الدوائي؟

1- الوكلاء Agents.

2- تجار الجملة Wholesalers : ينقسمون الى :

1.2- تجار جملة يتعاملون في أصناف دوائية متعددة .

2.2- تجار جملة يتعاملون في صنف واحد.

3.2- تجار جملة يتعاملون في سلع خاصة.

3- الموزعين Distributor.

4- تجار التجزئة Retailers.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

- طرق التوزيع الدوائي:

1- التوزيع المباشر.

2- التوزيع غير المباشر.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



- التوزيع المكثف.

- التوزيع الاختياري.

- التوزيع الوحيد.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

4- الترويج Promotion:

يعتبر الترويج من أهم العناصر الرئيسية للتسويق الدوائي و ذلك لأن الترويج من أكثر العناصر إثارة وتشويقا حيث أنه يهتم باستخدام أساليب وطرق متنوعة هدفها الإخبار والإقناع لشراء المنتج الدوائي.

مع العلم بأن الترويج وحده لا يستطيع إنجاح تسويق المنتج إلا إذا كانت خصائص المنتج جيدة وتباع بأسعار معقولة.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



أهداف الترويج للمنتجات الدوائية:

1. إمداد الأطباء بالمعلومات عن المنتج الدوائي باعتبارهم الأداة التي يتم الترويج لها.
2. محاولة تعديل مواقف و آراء الأطباء نحو الأدوية المراد تسويقها إليهم.
3. إقناع الأفراد والمستشفيات المستهدفة بأهمية وفوائد المنتجات الدوائية.
4. دفع المشترين لشراء الدواء من خلال توصية الأطباء المعالجين.
5. بيان المنافع و الإيجابيات التي يمكن الحصول عليها من قبل المريض عند اقتناء المنتج الدوائي.
6. إثارة اهتمام الطبيب بالمنتج الدوائي وتزويده بعينات مجانية.
7. المحافظة على ولاء العميل.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



يتألف المزيج الترويجي من عدة أشكال يسعى كل منها إلى المساهمة في تحقيق الهدف العام للترويج وهو الاعلام والتأثير في المستهلك لتحقيق عملية التبادل.

وتصنف الى صنفين, وسائل شخصية ووسائل غير شخصية تهدف بتكاملها مع بعض ومع باقي عناصر المزيج التسويقي إلى تحقيق استراتيجية التسويق التي تتماشى مع استراتيجية المؤسسة ككل.

اسم المدرب : - دكتور صيدلاني / لبيب شاهر - اسم البرنامج : - مهارات التسويق والبيع الدوائي -



ما المقصود بالاستخبارات التسويقية التي تقوم بها الشركة الدوائية؟

ومن يمثلون مصدر معلومات تسويقية للشركة الدوائية؟

ما أهمية المعلومات التسويقية وكيف توظفها الشركة الدوائية في خدمة عناصر المزيج التسويقي الدوائي الخاص بمنتجاتها؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

العلاقات العامة

الإعلان

البيع الشخصي

تنشيط المبيعات

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر
اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



1- الإعلان :

هو "الوسيلة غير الشخصية لتقديم البضائع والخدمات أو الأفكار بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع".

في الواقع الإعلان الدوائي لا يتمتع بالحرية الكاملة بل على العكس هو دقيق ومنظم لأنه يؤثر بدرجة كبيرة على سلوك المريض وعلى عادات كل من الطبيب والصيدلاني نظرا للخصوصية التي يتصف بها الدواء فهذا يجعل من المنتج يخضع لقوانين صارمة.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



www.anardes.net

ما المقصود بالمنتجات الدوائية التي تصنف انها OTC وماهي افضل الطرق لتسويقها ؟

ANARDES

استثمر ذاتك

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق و البيع الدوائي

فوائد الإعلان في مجال الترويج:

- يعمل الإعلان على جذب مستهلكين جدد.
- يؤدي إلى تحويل الصورة السلبية عن المنتجات إلى صورة إيجابية.
- يساعد المنتج على مقاومة المنتجات المنافسة الأخرى الموجودة في السوق.
- إعلام المستهلكين بالمنتجات والخدمات الموجودة في الأسواق, ويوفر المعلومات عنها, وعن جودتها.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق و البيع الدوائي ---



من خلال متابعتك لإعلانات المنتجات الدوائية في الوسائل المختلفة :

1- اذكر اعلان لمنتج دوائي جذب انتباهك بشكل اكبر وقيمه على انه اعلان ناجح ولماذا؟

2- اذكر اعلان لمنتج دوائي شاهده وقيمه على انه اعلان غير ناجح ولماذا؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



في دراسة لـ خنفر (2008)

والتي هدفت إلى تسليط الضوء على تأثير الإعلان التلفزيوني على التغيرات لدى العميل في استخدام الأدوية, حيث أجرت هذه الدراسة استبيان آراء عدد من العملاء فكانت النتيجة كالآتي: -

(12.4%) من العملاء كانوا يناقشون الدواء المعلن عنه مع أطبائهم بناء على المعلومات المقدمة في الإعلان .

(40 %) كانوا يغيرون الدواء الموصوف لهم بعد مناقشتهم مع الأطباء.

(80 %) ممن تطوعوا في الدراسة كانوا يشاهدون الإعلانات وأمعنوا بها.

(39.1 %) من المشمولين بالدراسة غيروا اسم الدواء لما يريدونه بناء على مشاهدتهم الإعلانات المباشرة.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

ترويج وتسويق المنتجات الدوائية عبر الانترنت:



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

2- العلاقات العامة Public Relations:

وهي تلك الأنشطة التي تقوم بها الشركة من أجل التأثير على رأي أو اتجاه جماعة ما نحو الشركة و هذه الجماعة قد تكون من المستهلكين – الموردين – الحكومة- المساهمين – الصحافة - المؤسسات المالية ...

إن العلاقات العامة تعتبر أحد الوظائف التي تهدف المنظمة من خلالها تحسين العلاقة بينها وبين جمهورها الخارجي.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

أنشطة العلاقات العامة تشمل :

علاقات الشركة بمختلف الشرائح في المجتمع والسوق مثل العملاء والمشتريين الصناعيين والوسطاء..

التعرف على مشاكل المستهلكين المختلفة ونظرتهم للشركة ومدى الولاء لمنتجاتها.

تعريف الجمهور بسياسات الشركة وأهدافها التي تهدف إلى بناء ودعم ثقة الجمهور للشركة وزيادة الفهم المتبادل بين الطرفين.

اسم المدرب : - دكتور صيدلاني / لبيب شاهر - - اسم البرنامج : - مهارات التسويق والبيع الدولي - -

الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة:

الوسائل المطبوعة: مثل البريد المباشر والمطبوعات بأنواعها.

الاتصالات الشخصية: عن طريق المحادثة والمكالمات الهاتفية...

الوسائل المرئية: مثل الصور والأفلام والتلفاز والمعارض...

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

نشاط (15 دقيقة)

أنشطة العلاقات العامة المناسبة للشركات الدوائية:

اقترح أنشطة علاقات عامة يمكن ان تنفذها الشركات الدوائية لكل مما يأتي :

1- موظفي الشركة.

2- الجمهور المحلي (المحيط بالمصنع او الشركة).

3- الجمهور العام.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق و البيع الدوائي

أنشطة العلاقات العامة المناسبة للشركات الدوائية:

1- موظفي الشركة.

2- الجمهور المحلي (المحيط بالمصنع او الشركة).

3- الجمهور العام.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

3 – تنشيط (ترويج) المبيعات Sales Promotion:

هو عبارة عن: أنشطة ترويجية تهدف إلى تشجيع المستهلكين على زيادة مشترياتهم لمنتجات معينة خلال فترة زمنية محددة.

أدوات تنشيط المبيعات :

الخصومات على الأسعار
العينات المجانية وهدايا (أقلام – مفكرات – ساعات- أدوات مكتبية..... للتذكير
بالمنتج الدوائي للشركة).
المعارض.
المهرجانات الترويجية.
الكوبونات والمسابقات والسحوبات على الهدايا.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

عناصر المزيج الترويجي : Promotional mix

المغريات البيعية في الترويج :

تحتل المغريات البيعية أهمية كبيرة في الترويج الدوائي حيث يحاول الترويج من خلال أسلوب الاقناع والترغيب أن يبرز المغريات المختلفة التي يتضمنها المنتج الدوائي.

أنواع المغريات البيعية :

المغريات غير العقلانية (العاطفية) Non Rational Appeals

هي أيضا مهمة في اتخاذ قرار
الشراء باعتبار أن كلا من الطبيب
والصيدلاني إنسان ويتأثر بمثل
هذه المغريات,

المغريات العقلانية

Appeals Rational

هي مغريات تخاطب
عقل الطبيب
والصيدلاني الذي
يفترض أن يكون
سلوكهما عقلائي.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

أنواع المغريات البيعية :

Appeals Rational المغريات العقلانية

1 - المغريات المتعلقة بالمنتج الدوائي:

- الاقتصاد .
- الابتكار .
- التمييز .

2- مغريات تتعلق بالطبيب:

- استخدام الدواء من قبل كبار الأطباء.
- كيف يساهم الدواء في مساعدة الطبيب على تقديم العلاج.

3- مغريات تتعلق بالشركة المنتجة للدواء:

- درجة اعتمادية الدواء .
- الأمان .
- معلومات سريرية مفصلة عن الدواء .
- استجابة المريض .

مهارات التسويق والبيع الدوائي

دكتور صيدلاني / لبيب شاهر

اسم البرنامج :

اسم المدرب :



www.anardes.net

Appeals Rational-Non المغريات غير العقلانية (العاطفية)

1 - الاعتراف و التقمص العاطفي.

2- الدعاية والفكاهة .

3- الفضول .

4- الغرابة والتفرد.

5- إشباع الذات.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

أهداف المغريات البيعية في الترويج الدوائي:

1. خلق الإدراك والوعي حول وجود المنتج أو الماركة.
2. خلق صورة للماركة أو العلامة أو الاسم التجاري.
3. توفير المعلومات حول المنافع والمزايا الفردية للماركة أو العلامة التجارية.
4. بناء الألفة وسهولة التمييز من خلال الغلاف أو العلامة التجارية المميزة.
5. بناء صورة عن الشركة الدوائية و ترسيخ القناعة الإيجابية عن الشركة ومنتجاتها.
6. تهيئة أرضية خصبة و ايجابية مشجعة لتدشين منتجات دوائية جديدة في المستقبل .
7. ترسيخ مغريات الجودة والإتقان والبراءة والخواص العلاجية الفاعلة في ذهن صانع قرار وصف الدواء.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

من خلال متابعتك لأنشطة الشركات الدوائية في منطقتك :

1- ماهي الشركات الدوائية التي تستخدم تنشيط (ترويج) المبيعات بشكل ملحوظ ؟ وما أدوات تنشيط (ترويج) المبيعات التي تستخدمها؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

4 - البيع الشخصي Personal Selling:

هو أهم وأقوى طرق الترويج وأكثرها فاعلية واستخداما في تسويق المنتجات الدوائية لكونها عملية اتصال مباشرة بين الشركة الدوائية (المندوبين الطبيين ومندوبي المبيعات وعملاء الشركة) الأطباء – الصيادلة – المرضى).

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

دراسة حاله (15 دقائق)

احدى الشركة الدوائية رغبت في توسيع نطاق عملها في الترويج لمنتجاتها الدوائية وقامت بالدخول لمناطق واسواق جديدة لاستهدافها والترويج لمنتجاتها فيها ولان الشركة لم تهتم بعمل بحوث سوقية تجمع منها معلومات عن المناطق والأسواق التي دخلتها مؤخرا. وادركت الشركة وخلال فترة قصيرة ان استهدافها لهذه المناطق والأسواق لم تكن مجدية ولم تكن النتائج كما توقعته الشركة .

برايك :

1- ماهي الخطوات والمعايير التي كان يجب على الشركة اتباعها من اجل تقييم المناطق والأسواق قبل استهدافها ؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

معايير تقييم الأسواق الجديدة التي ترغب للشركات الدوائية استهدافها:

1- سهولة الوصول.

2- وجود عدد كاف من العملاء والمشتريين.

3- القدرة الشرائية.

4- ان تكون تكاليف الاستهداف مقبولة.

5 – تحقيق إيرادات مناسبة .

اسم المدرّب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



www.anardes.net

خلاصة المحور الأول :

تناولنا :

- مفهوم التسويق الدوائي وأهميته.

- أخلاقيات التسويق الدوائي .

- عناصر المزيج التسويقي الدوائي.

- عناصر المزيج الترويجي الدوائي..

- المغريات البيعية.

- معايير تقييم الأسواق الجديدة.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

إدارة الاعلام الطبي في الشركة الدوائية التخطيط الفعال للمندوب الطبي

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / ابيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



المحور الثاني:

سنتناول:

- مجالات عمل الصيادلة - .

- إدارة الاعلام الطبي للشركات الدوائية.

- الاستعداد لسوق العمل لخريجي الصيدلة.

- وظيفة مندوب الترويج الطبي (متطلبات - مهارات - مهام ومسئوليات).

- الأنماط الاجتماعية للأطباء - أسلوب تصنيفهم - كيفية عرض وتقديم المنتج.

اسم المدرب: دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج: مهارات التسويق والبيع الدوائي

1- العمل في صيدليات المجتمع.

2- العمل في القطاع العام.

3- العمل في الصناعة الدوائية.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

- المكتب العلمي للشركة الدوائية.
- مدير المكتب العلمي للشركة الدوائية (المتطلبات - المهارات - المهام والمسئوليات).
- المندوبين الطبيين (المتطلبات - المهارات - المهام والمسئوليات)..

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



دراسة حاله (15 دقائق)

سمير حديث التخرج من كلية الصيدلة ولديه رغبة شديدة وميول للعمل كمندوب طبي لشركة دوائية لكنه لا يعرف كيف واين يبذء البحث عن الشواغر الوظيفية وماهي المتطلبات والمهارات التي يجب ان تتوفر فيه كي يستطيع التقديم لاحد هذه الشواغر والفوز بإحداها.

المطلوب :

- كيف ستساعد سمير في بحثه وماهي النصائح التي ستقدمها له كي تزوده بالمعلومات التي يفتقر اليها ويحتاجها؟

اسم المدرب : - دكتور صيدلاني / لبيب شاهر - اسم البرنامج : - مهارات التسويق والبيع الدوائي -





- تقييم الذات وجرد المهارات.

- طرق وأساليب البحث عن الشواغر الوظيفية.

- اعداد السيرة الذاتية باحتراف .

- الاستعداد واجراء المقابلات .

اسم المدرب : - - - دكتور - صيدلاني / لبيب شاهر - - - اسم البرنامج : - - - مهارات التسويق والبيع الدوائي -

وظيفة مندوب الترويج الطبي

- المتطلبات الرئيسية:

- خريج بكالوريوس صيدلة .

- اللغة الإنجليزية.

- التعامل مع تطبيقات الحاسوب.

- الخبرة ???

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

وظيفة مندوب الترويج الطبي

- المهارات المطلوبة:

- معرفة تامة بالأصناف الدوائية والتداخلات الدوائية .
- مهارات الاتصال الفعال (تفعيل لغة الجسد) .
- مهارة الاقناع.
- مهارة التحليل.
- الانصات الجيد.
- مهارة العرض والتقديم.
- مهارة التفاوض.
- مهارة التخطيط والتنظيم.
- مهارة إدارة الوقت والمنطقة.
- مهارة العمل بروح الفريق.
- مهارة البحث والتشبيك
- مهارة اعداد التقارير.



اسم المدرب : - دكتور - صيدلاني / لبيب شاهر - اسم البرنامج : - مهارات التسويق والبيع الدوائي -

- زيارة ومقابلة الأطباء لعرض وابرار ميزات ومنافع المنتج الدوائي واقناعهم بوصف المنتج لمرضاهم.
- زيارة الصيدليات والمشافي لتسجيل الطلبيات وتوفير منتجات شركته.
- تصنيف الأطباء والصيدليات والمشافي.
- دراسة الأصناف المنافسة ومتابعة أساليب التسعير والترويج وحركة الأصناف.
- متابعة حركة منتجات شركته ووصف الأطباء لها.
- التنسيق مع مندوبي مبيعات الشركة والعمل من اجل زيادة حجم المبيعات.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

- المعرفة والاطلاع :

- الالمام بمنتجات الشركة ومعرفة كل التفاصيل المتعلقة بالمنتجات التي تقوم بترويجها . (لماذا وما فائدة ذلك؟).
- المنتجات المنافسة (ماذا يجب ان نعرف عنها ؟ وماذا نستفيد من معرفة ذلك ؟)
- الاطلاع المستمر والبحث عن كل جديد (ماهي اهم المصادر ؟)

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



- الاتصال الفعال : المقصود بالاتصال

- عناصر الاتصال :

- 1- المرسل
- 2- الرسالة
- 3- الوسيلة او قناة الاتصال
- 4- المستقبل
- 5- التغذية المرتدة

لماذا يجب ان يمتلك المندوب الطبي مهارة الاتصال الفعال ؟

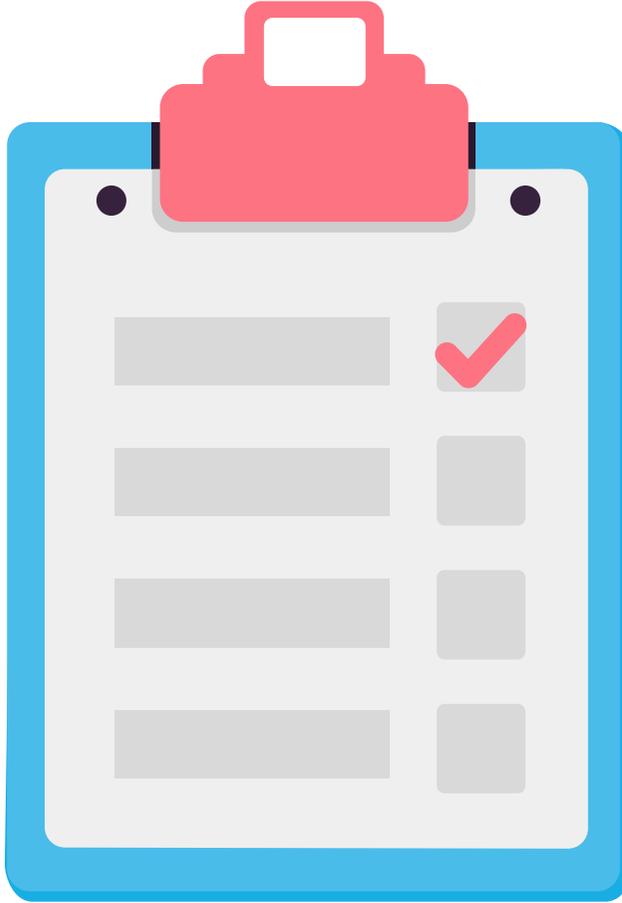
اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

نشاط لتطبيق مهارة الاتصال الفعال لمندوب الترويج الطبي؟

اسم المدرب: دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج: مهارات التسويق والبيع الدوائي



مندوب الترويج الطبي



- التحليل والتصنيف :

- 1- للمنتجات الدوائية.
- 2- للأطباء والصيادلة والمشافي.
- 3- للمنافسين .

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

النمط التحليلي

النمط القيادي

النمط الودود

النمط التعبيري

اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر



المطلوب :

حدد نمطك من الأنماط الأربعة . وإذا عملت كمنسوب ترويج طبي كيف ستتعامل مع الأنماط الثلاثة الباقية ؟

النمط التحليلي

النمط القيادي

النمط الودود

النمط التعبيري

اسم المدرب : دكتور - صيدلاني / لبيب شاهر ----- اسم البرنامج : مهارات التسويق و البيع الدوائي -----

الانماط الاجتماعية للأطباء

كيف يتعامل مندوب الترويج الطبي مع الانماط الاجتماعية للأطباء ؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي -



www.anardes.net

كيف يقسم مندوب الترويج الطبي الاطباء والصيديات والمشافي حسب الاهمية؟

ANARDES

استثمر ذاتك

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

تقسيم الاطباء حسب الاهمية

درجة تعاون الطبيب

	A	B	C
اهمية الطبيب A	AA	AB	AC
B	BA	BB	BC
C	CA	CB	CC

تختلف سرعة وصف الأطباء للأصناف الجديدة وينقسمون الي :

1 - المبادرون : نسبة قليلة (2.5 %).

2- أطباء يتبنون الفكرة مبكرا (13.5 %).

3- الغالبية المبكرة (34 %).

4- الغالبية المتأخرة (34 %).

5- البطيئون (16%).



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



1- الادوية الشعبية . كيف يتم الترويج لها ؟

2- الادوية التي تحتاج الى وصفه طبية. كيف نروج لها ؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



مندوب الترويج الطبي



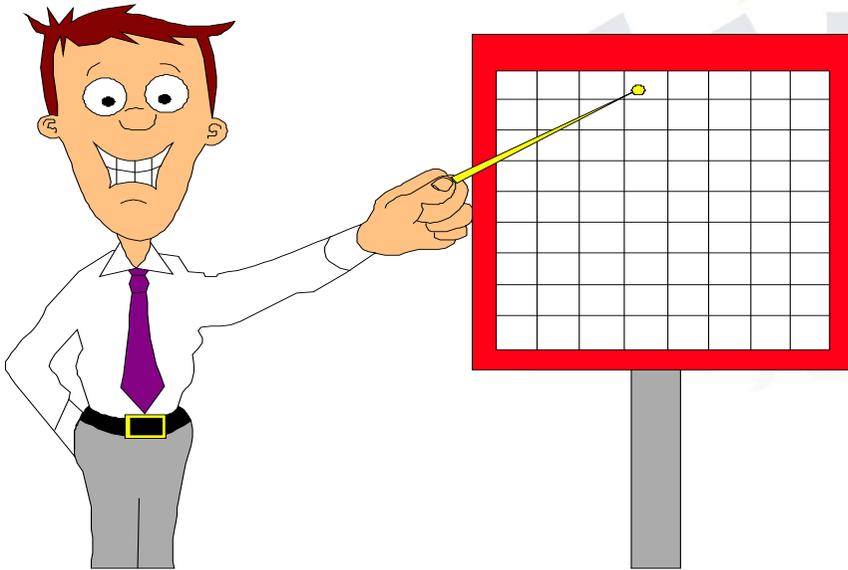
- العمل الجماعي وبروح الفريق:

اهمية العمل الجماعي لمندوب الترويج الطبي
وفريق عمل الشركة وكيف يتم ذلك؟

وماهي الفوائد التي تنتج عنه؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

افضل الخطوات لعرض وتقديم المنتج الدوائي للأطباء.



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



نادر تخرج من كلية الصيدلة والتحق بوظيفة مندوب الترويج الدوائي في إحدى الشركات الدوائية. وكان لديه المام بالمهارات التي يجب ان يمتلكها مندوبي الترويج الطبي الا انه في الشهر الأول من دوامه بالشركة لاحظ ان جميع موظفي الشركة لا يحبذون العمل الجماعي وبروح الفريق وكل موظف يحب ان يعمل بمفرده .

المطلوب :

هل يجب ان يتبع نادر نفس اسلوبهم بالعمل ام ان لديك نصائح ستقدمها لتساعد نادر في ابراز أهمية العمل الجماعي لموظفي الشركة كي يرغبهم في تغيير اسلوبهم في العمل . ماهي هذه النصائح ؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

ماهي الأمور التي تجعل مندوب الترويج الطبي يظهر ثقة عالية بنفسه عند مقابلته للعملاء (الأطباء والصيادلة)؟



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



الاعداد المسبق :-

- 1- الزيارة الاستكشافية (الاستطلاعية).
- 2- المعرفة التامة بالمنتج الدوائي.
- 3- توقع الزبائن (الأطباء – القدرة الشرائية للمرضى).
- 4- التحضير المسبق لموضوع الزيارة .



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



نشاط (10 دقائق)

ما الذي يجب على مندوب الترويج الطبي ان يقوم به : قبل الدخول لعيادة الطبيب ومقابلته ؟



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



قبل الدخول لعيادة الطبيب ومقابلته :- يجب على مندوب الترويج الطبي ان يقوم بالاتي :

- 1- زيارة الصيدليات المجاورة لعيادة الطبيب : **لماذا؟**
- 2 – التشبيك مع الشخص المسئول عن استقبال وتنظيم دخول المرضى : **ما أهمية هذا ؟**
- 3- نظرة سريعة على الأصناف التي يصفها الطبيب حاليا : **بماذا سيفيد هذا ؟**
- 4- استعداد وجاهزية المندوب للدخول ومقابلة الطبيب : **كيف ؟**

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر ----- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي -----



- ما هي الخطوات التي يجب على المندوب اتباعها عند الدخول؟



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



المقابلة الفعلية للطبيب

1- مدخل الرسالة : افضل الطرق التي تستخدم كمدخل

2- هيكل الرسالة :

الاهتمام ← رغبه ← ميزات ← فوائد

3- اتمام واختتام المقابلة : عرض مختصر للفوائد – طرح أسئلة تكون اجابتها بنعم – السؤال المباشر للطبيب عن عزمه بصرف المنتج – السؤال عن الاشكال الدوائية التي سيقوم بصرفها .

اسم المدرب : دكتور-صيدلاني / لبيب شاهر ----- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي -----

ما لا يجب فعله:

- 1- التعالى .
- 2- إطالة الشرح .
- 3- فرض الراى .
- 4- المبالغة .
- 5- عدم ابداء الاهتمام .
- 6- عدم تفعيل لغة الجسد .
- 7- النقاش العقيم .
- 8- التقليل والإساءة للمنافسين .
- 9- اهمال الاعتراضات .
- 10- الخروج عن هدف الزيارة .

ما يجب فعله:

- 1- الابتسامة
- 2- الجلوس المناسب .
- 3- اختيار المدخل المناسب .
- 4- استخدام فعال لأدوات التسويق .
- 5- اظهار الثقة .
- 6- التواصل الفعال .
- 7- الاستماع الجيد .
- 8- الالتزام بالوقت المحدد .
- 9- التعامل الفعال مع الاعتراضات .
- 10- تقديم الشكر للطبيب .

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



التقييم بعد الزيارة والمتابعة:-

1- استخدام قائمة خاصة لتقييم زيارات الأطباء :

تسجيل النقاط المهمة . الأسئلة . الطلبات والوعود
سجل خاص لكل طبيب . اصول معلوماتية للشركة .
خبره مكتسبه للمندوب ومهارات لاستثمارها مستقبلا .

التقييم العام للزيارة : - ناجحة (لماذا ؟) .

- يحتاج الى تكرار للزيارة (متى ؟) .
- لم تحقق الهدف المطلوب (ما الأسباب ؟)

اسم المدرب : - دكتور - صيدلاني / لبيب شاهر - - - اسم البرنامج : - - مهارات التسويق والبيع الدوائي - - -

الهدف الرئيسي هو القيام بزيارات عمل ناجحة ← زيادة المبيعات



كيف يتم ذلك ؟؟؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



1- لمن نعطي الاولوية في الزيارة ؟ ولماذا؟

2- ترشيد المسافات.

3- اختيار الوقت المناسب.

4- اخذ مواعيد مسبقة.

5- امور طارئة تستدعي الذهاب لمناطق أخرى.



خطوات وضع خطة زيارات صباحية ومساءية؟

كيف تقيم فعالية خطة الزيارات؟

دور خطة الزيارات الفعالة في تحقيق الهدف البيعي.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



محمد موظف مندوب ترويج طبي جديد بدلا عن مندوب سابق تم الاستغناء عنه من قبل الشركة وأسباب الاستغناء هي عدم تتطابق بيانات التقارير التي كان يرفعها لمديره المباشر عن زيارته للأطباء مع الزيارات الفعلية التي كان يقوم بها وكانت اغلب الزيارات التي يكتبها في تقاريره زيارات وهمية مما تسبب عدم وصف الأطباء لمنتجات شركته وقلة مبيعات الشركة في المنطقة التي كان مسؤولا عنها .

وفي اول زيارة لمحمد لاحد الأطباء قي نفس المنطقة فوجئ بان الطبيب لم يستقبله كما كان يتوقع وبدء يوبخ الشركة ومنتجاتها وانه غير صادقة في وعدا للأطباء واثناء حديث الطبيب سمعه يقول " اين المندوب السابق الذي وعدني بان شركته ستقوم بتغطية تكاليف حضوري للمؤتمر الطبي الخاص بأطباء العظام الذي عقد قبل أسبوع ورفضت عروض كل الشركات الأخرى . ابلغ شركتك انني لن تعامل مع منتجاتها طيلة حياتي ولن اقبل أي اعتذارات وكان الطبيب في ذروة غضبه "

المطلوب :

- اذا كنت انت بهذا الموقف بدلا عن محمد .. كيف كنت ستتصرف؟
- برأيك : غير المندوب السابق من أيضا تسبب في ظهور هذه المشكلة . ولماذا؟
- ما الاخطاء التي وقع فيها محمد ؟
- ماهي المقترحات التي ستقدمها للشركة والتي ستسهم في تحسن مبيعات الشركة في هذه المنطقة ؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

أناردس
تحليل دراسة الحالة ؟
ANARDES
استثمر ذاتك

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



خلاصة المحور الثاني:

تناولنا:

- مجالات عمل الصيدلة - .
- إدارة الاعلام الطبي للشركات الدوائية.
- الاستعداد لسوق العمل لخريجي الصيدلة.
- وظيفة مندوب الترويج الطبي (متطلبات - مهارات - مهام ومسئوليات).
- الأنماط الاجتماعية للأطباء - أسلوب تصنيفهم - كيفية عرض وتقديم المنتج.
- زيارة (مقابلة) الطبيب " قبل النزول - قبل الدخول - اثناء المقابلة).
- تقييم المقابلة - إدارة الوقت والمنطقة

اسم المدرب: دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج: مهارات التسويق والبيع الدوائي

التفاوض الفعال والتعامل مع الاعتراضات

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / ابيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



www.anardes.net

سنتناول :

- مهارات التفاوض.

- التفاوض في البيع الشخصي.

- التعامل الفعال مع الاعتراضات.

- خطط العمل وتقارير الإنجاز لمندوب الترويج الطبي.

- أهمية ومحتويات الخطة التسويقية.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

مفهوم التفاوض وأهميته في التسويق الدوائي

عناصر التفاوض الفعال :-

1- التحضير الجيد قبل التفاوض **كيف؟**

2- الاستماع الجيد للطرف الآخر **ما فائدته؟**

3- عدم وضع الافتراضات المسبقة **لماذا؟**



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



4- اتفاق مشترك

5- التحلي بالصبر

6- التحلي بالهدوء واطهار الثقة بالنفس

7- تقييم عملية التفاوض

اسم المدرب :- دكتور- صيدلاني / لبيب شاهر ----- اسم البرنامج :- مهارات التسويق و البيع الدوائي -----



www.anardes.net

النمط التحليلي

النمط القيادي

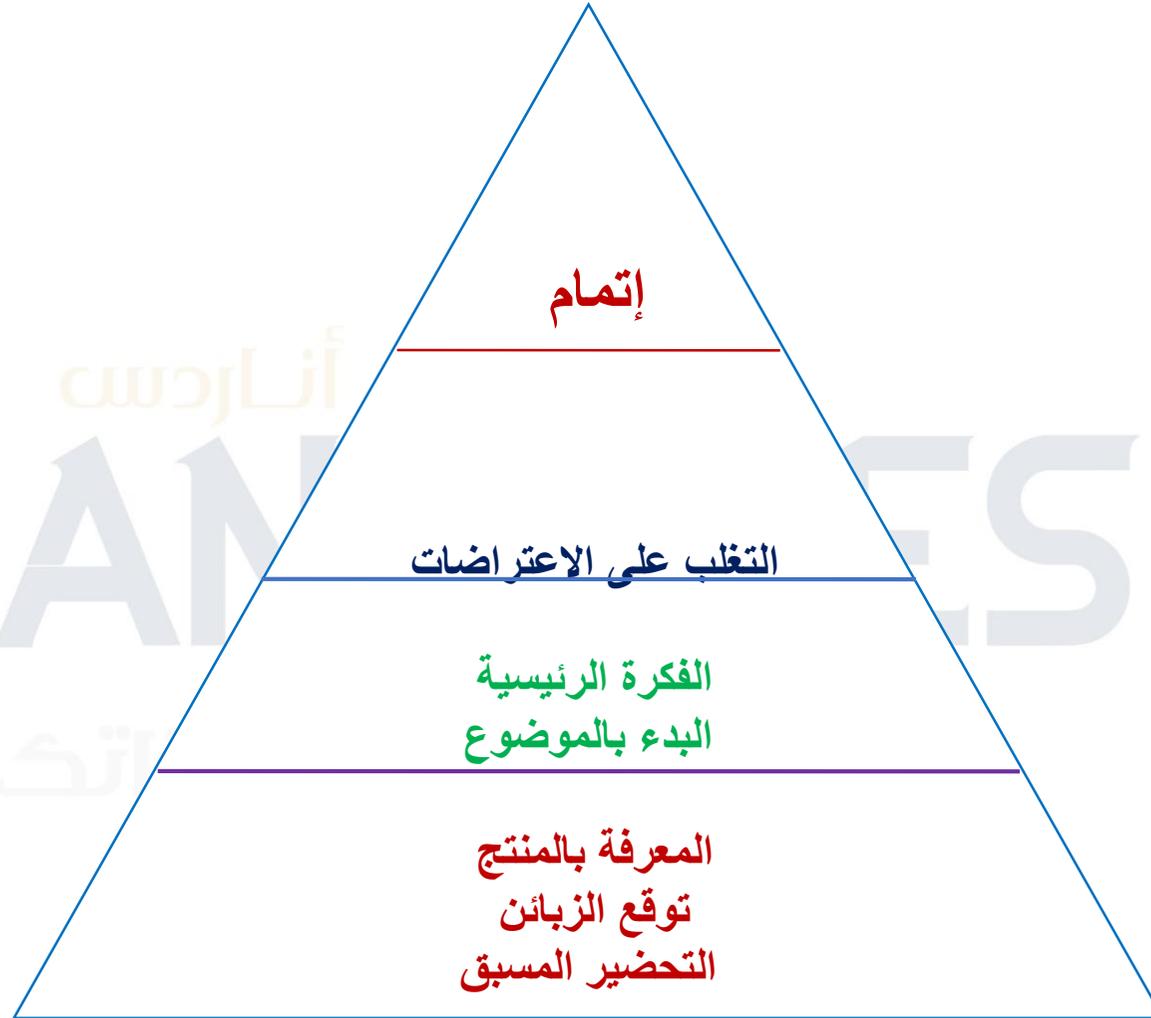
النمط الودود

النمط التعبيري

اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر





اسم المدرب : دكتور صيدلاني / ابيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

قد يقابل المندوب الطبي اعتراضات حول المنتج الذي يسوقه :

السعر مرتفع - جودة المنتج - فعالية المنتج - تغليف المنتج .

وغيرها من الاعتراضات..... - استثمر ذاتك

فكيف يجب عليـة التعامل مع الاعتراضات ؟؟ -

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر ----- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي -----



يجب على المندوب الطبي اتباع الآتي :

الاصغاء .

الإقرار .

الاستكشاف .

الرد .

التأكد .

الشكر .



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق و البيع الدوائي ---



www.anardes.net

• لاتكن عاطفيا.

• ركز على الموضوع الذي اثاره العميل.

• اطرح أسئلة لفهم أسباب الاعتراض.

• تأكد من صحة فهمك مرة أخرى

• قدم الحلول.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



اعداد تقارير الانجاز وخطط العمل (أسبوعية وشهرية)

ANARDES

استثمر ذاتك

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



1- بالنسبة للمندوب الطبي .

2- بالنسبة للمشرف .
ANARDES
استثمر ذاتك

3- بالنسبة للشركة .

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



خلاصة المحور الثالث :

تناولنا :

- مهارات التفاوض.

- التفاوض في البيع الشخصي.

- التعامل الفعال مع الاعتراضات.

- خطط العمل وتقارير الإنجاز لمندوب الترويج الطبي.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

مندوبي المبيعات وكيفية إبرام صفقات البيع الناجحة

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / ابيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



المحور الرابع:

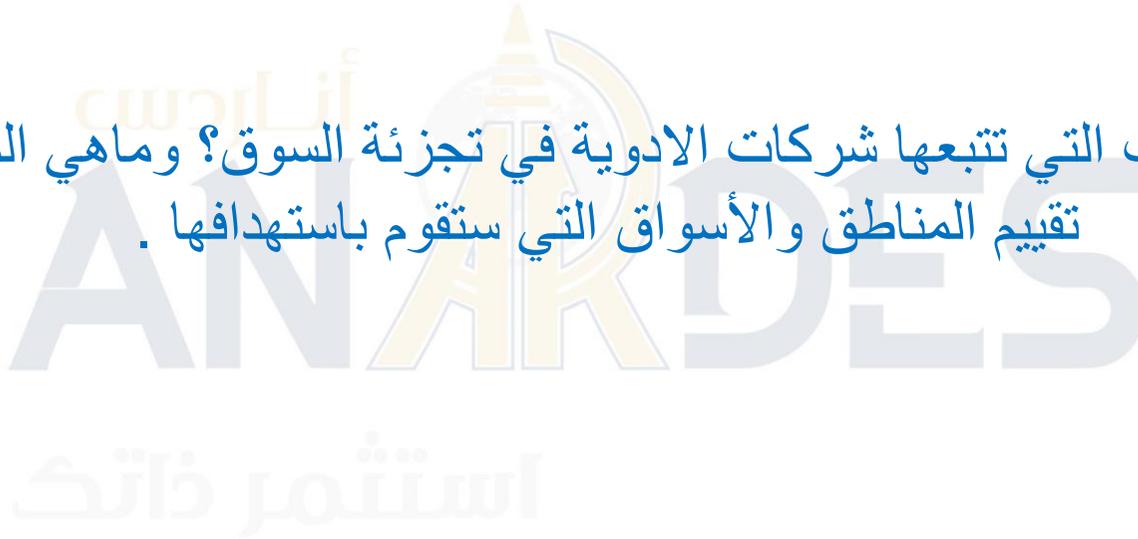
سنتناول:

- تجزئة السوق الدوائي
- تحليل SWOT
- أهمية ومحتويات الخطة التسويقية.
- إدارة المبيعات (مهارات ومسئوليات).
- مندوب المبيعات (مهارات ومسئوليات).
- الدورة الذهبية للمبيعات.
- خطط العمل وتقارير الإنجاز لمندوب المبيعات.
- الأنماط المختلفة للعملاء (خصائص – كيفية التعامل)

اسم المدرب: دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج: مهارات التسويق والبيع الدوائي

المطلوب :

ماهي العوامل والمتغيرات التي تتبعها شركات الادوية في تجزئة السوق؟ وماهي المعايير التي تتبعها في تقييم المناطق والأسواق التي ستقوم باستهدافها .



اسم المدرب :- دكتور- صيدلاني / لبيب شاهر ----- اسم البرنامج :- مهارات التسويق والبيع الدوائي -----



تجزئة السوق الدوائي



- جغرافيا -

- ديموغرافي -

- نفسيا -

- ردود فعل المستخدم -

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



“الخطة التسويقية” هي توثيق لكيفية تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة من خلال استراتيجيات وتكتيكات محددة، يكون العميل فيها هو نقطة البداية، وتكون مرتبطة بخطط الإدارات الأخرى داخل الشركة.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



1- التعريف بالشركة

اسم الشركة

المهمة

فريق التسويق

تحليل SWOT

2- استراتيجيات التسويق

الاستراتيجيات

الوصف والهدف ومؤشرات الأداء

3- بحوث التسويق

الصناعات المستهدفة

شخصية المشتري

تحليل المنافسين

4- المزيج التسويقي

الخدمة

السعر

الترويج

التوزيع

5- الميزانية

6- القنوات التسويقية

دكتور صيدلاني / لبيب شاهر

اسم المدرب :

مهارات التسويق والبيع الدوائي

اسم البرنامج :



1- اعداد خطة المبيعات .

2- توزيع مناطق الاستهداف بين أعضاء طاقم المبيعات.

3- توزيع الأهداف البيعية بين أعضاء طاقم المبيعات.

4- الاشراف والمتابعة لرجال المبيعات .

5- تقييم أداء فريق المبيعات.

6- القيام بزيارات ثنائية.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



مهام مندوبي المبيعات:

- 1- جمع الطلبات من الصيدليات وتجار الجملة والموزعين.
- 2- توصيل المنتجات للعملاء.
- 3- تحصيل مبالغ الطلبات من العملاء.
- 4- يمثلون مصدر مهما للمعلومات بالنسبة للشركة الدوائية .
- 5- بناء قاعدة من العملاء والعمل على توسيعها.
- 6- تحقيق الهدف البيعي .
- 7- بناء وتوطيد علاقات متينة وطويلة الأمد مع العملاء.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



مندوب المبيعات

- المهارات المطلوبة:

- معرفة بالأصناف الدوائية واصناف المنافسين.
- مهارات الاتصال الفعال (تفعيل لغة الجسد) .
- مهارة الاقناع.
- مهارة التحليل.
- الانصات الجيد.
- مهارة العرض والتقديم.
- مهارة التفاوض.
- مهارة التخطيط والتنظيم.
- مهارة إدارة الوقت والمنطقة.
- مهارة العمل بروح الفريق.
- مهارة البحث والتشبيك
- مهارة اعداد التقارير.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

احمد مندوب مبيعات يعمل مع احدى الشركات الدوائية . ونظرا لضغوطات نفسية يمر بها تتعلق ببعض الأمور الشخصية وجد انه ف الربع الثاني من السنة لم يستطع تحقيق الهدف البيعي المطلوب منه مما اضطره هذا لتسجيل طلبيات وهمية وبكميات كبيرة لبعض عملائه من تجار الجملة كي قلل من التوبيخيات التي يتعرض لها يوميا من مديره المباشر كونه لم يصل للهدف البيعي في هذا الربع

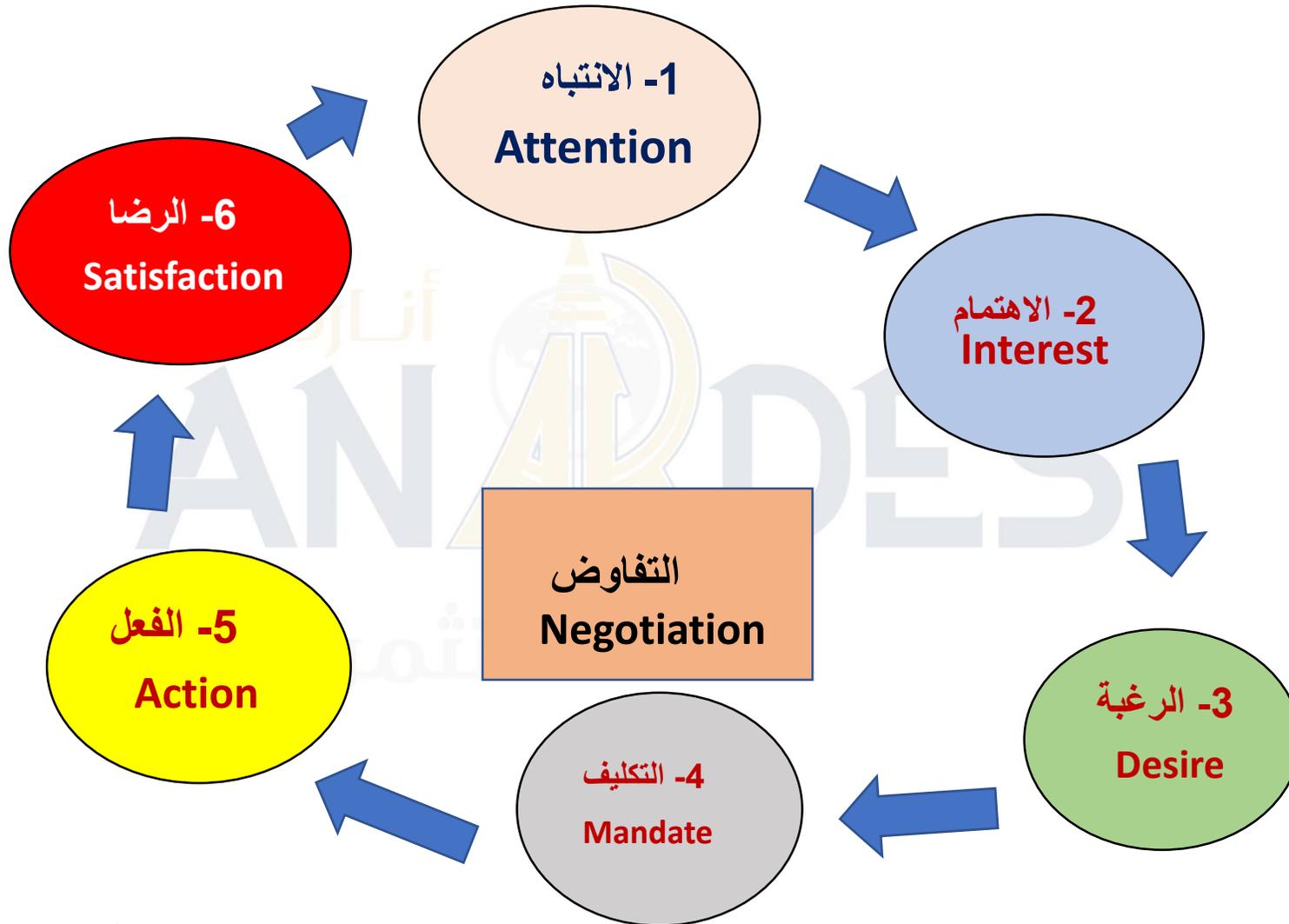
المطلوب :

- اذا كنت انت بهذا الموقف بدلا عن احمد .. كيف كنت ستتصرف هل بنفس الطريقة؟
- برأيك : ما الذي كان يجب على مدير أحمد ان يفعله بدلا من التوبيخ المستمر له؟
- ماهي المشكلات التي ستواجه الشركة جراء تصرف مندوب المبيعات والطريقة التي استخدمها في

البيع؟

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---





اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

يجب على المندوب الطبي اتباع الآتي :

الاصغاء .

الإقرار .

الاستكشاف .

الرد .

التأكد .

الشكر .



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



www.anardes.net

• لاتكن عاطفيا.

• ركز على الموضوع الذي اثاره العميل.

• اطرح أسئلة لفهم أسباب الاعتراض.

• تأكد من صحة فهمك مرة أخرى

• قدم الحلول.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



• النمط الخشن :

خصائصه :

قاسي في تعامله - لا يحاول تفهم الآخرين - يقاطع الآخرين - مغرور - يناقش ويصر على رأيه.

كيفية التعامل معه :

اضبط أعصابك - اصغي اليه جيدا - استعمل معلوماتك وافكارك - استعمل معه أسلوب نعم كلامك صحيح ولكن

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

• النمط الودود :

خصائصه :

هادئ وبشوش- يثق بالناس ويثق بنفسه - حسن المعاملة - لديه شعور بالأمان.

كيفية التعامل معه :

قابله باحترام - اصغي اليه جيدا - ناقش الموضوع المطروح دون الخروج عنه - وجه الحديث حول الهدف المنشود.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

• النمط المتردد :

خصائصه :

يفتقر الى الثقة بالنفس – تظهر عليه علامات الخجل والقلق – تتصف مواقفه غالبا بالتردد –
يجد صعوبة في اتخاذ القرارات – كثير الوعود ولا يهتم بالوقت – يطلب المزيد من
المعلومات والتأكيدات.

كيفية التعامل معه :

محاولة زرع الثقة في نفسه – التخفيف من درجة القلق والخجل – ساعده على اتخاذ
القرارات – اعمل على توفير المعلومات واعطه مزيدا من التأكيدات.

• النمط المعارض :

خصائصه :

لا يبالي بالآخرين ويترك اثرا سلبيا لديهم - يفتقر للثقة - عنيد ويضع الكثير من الاعتراضات - لا يميل للمخاطرة خوفا من الفشل.

كيفية التعامل معه :

التعرف على وجهة نظره - تدعيم وجهة نظرك بالادلة للرد على اعتراضاته- لا تعطيه الفرصة للمقاطعة - استخدم أسلوب نعم كلامك صحيح ولكن.....

• النمط العدواني :

خصائصه :

عدواني ويثير المشاكل- يمكن اثارته بسهولة- يتمسك برأيه ويعتمد على نفسه فقط - يرفض الآخرين وافكارهم - عبوس الوجه - يستخدم أسلوب الهجوم على الجوانب الشخصية.

كيفية التعامل معه :

اصغ اليه جيدا لكي تمتص انفعاله و غضبه - حافظ على هدوئك دائما - استخدم أسلوب نعم كلامك صحيح ولكن.....

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---

• النمط الثرثار :

خصائصه :

كثير الكلام ويتحدث عن كل شيء وفي كل شيء - يعتقد انه مهم - يقع في الأخطاء العديدة.

كيفية التعامل معه :

قاطعه في منتصف حديثه وقول له السنا بعيدين عن الموضوع المتفق عليه- اثبت له أهمية الوقت وانك حريص عليه- اشعره بانك غير مرتاح لبعض وذلك بالنظر الى ساعتك على سبيل المثال.

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



• النمط العنيد :

خصائصه :

يتجاهل وجهة نظرك ولا يرغب في الاستماع اليها - يرفض الحقائق الثابتة ليظهر درجة عناده - صلب وقاس في تعامله.

كيفية التعامل معه :

اشرك الاخرين معك لكي توحد الراي امام وجهة نظره - اطلب منه قبول وجهة الاخرين لمدة قصيرة لكي توصلوا لاتفاق- اخبره بانك ستكون سعيد لدراسة وجهة نظره فيما بعد وذلك باستخدام أسلوب نعم ولكن.

• النمط الشاكي :

خصائصه :

كثير الشكوى.

كيفية التعامل معه :

الأصغاء الجيد له لغرض فهم مشكلته -نقمص مشكلاته عاطفيا وحاول ان تتفاعل مع مشكلته فهذا يشعره بالارتياح و يعطيه انطباع فهمك لمشكلته.

- شكاوى العملاء : أنواعها – أهميتها بالنسبة للشركة – كيف يجب التعامل معها؟



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



www.anardes.net

- ماهي الأدوات التي تستطيع الشركة استخدامها لقياس رضا العملاء؟



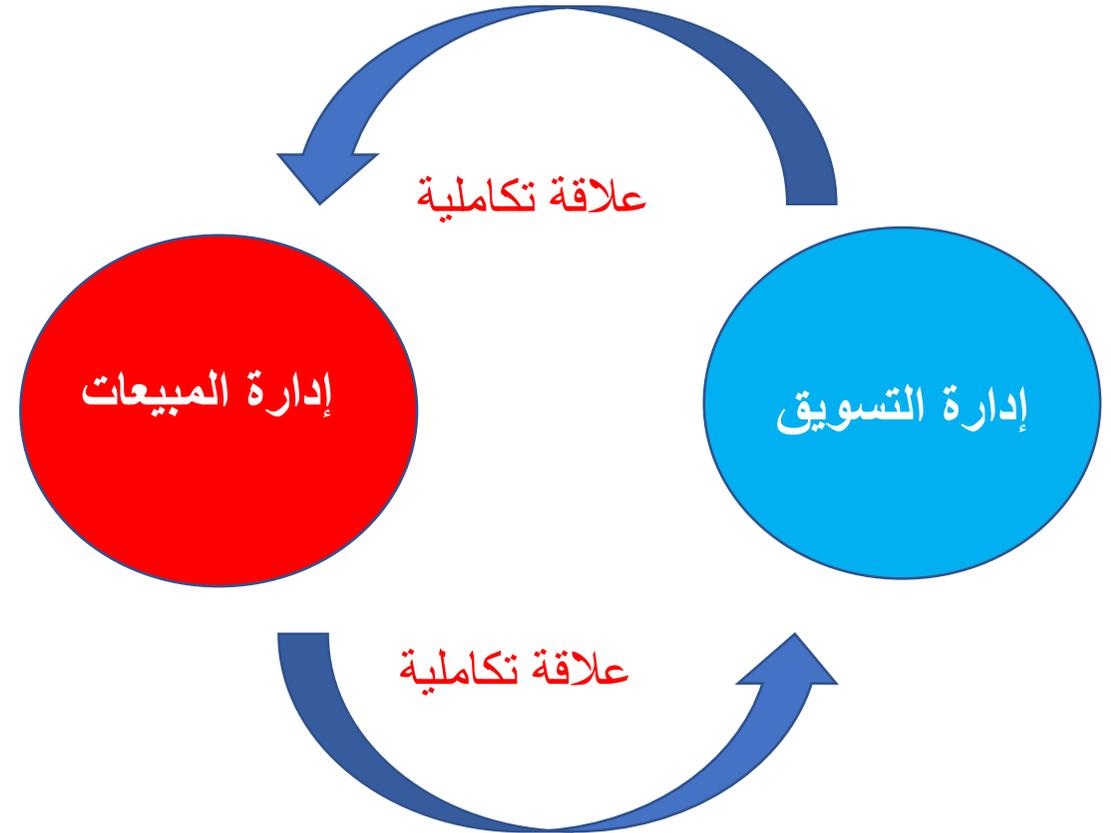
اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



www.anardes.net



العلاقة بين إدارة التسويق والمبيعات



خلاصة المحور الرابع:

تناولنا:

- إدارة المبيعات (مهارات ومسئوليات).

- مندوب المبيعات (مهارات ومسئوليات)..

- الدورة الذهبية للمبيعات.

- خطط العمل وتقارير الإنجاز لمندوب المبيعات.

- الأنماط المختلفة للعملاء (خصائص – كيفية التعامل

اسم المدرب: دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج: مهارات التسويق والبيع الدوائي



خلاصة المحور الرابع :

تناولنا :

- تحليل SWOT

- أهمية ومحتويات الخطة التسويقية.

- إدارة المبيعات (مهارات ومسئوليات).

- مندوب المبيعات (مهارات ومسئوليات).

- الدورة الذهبية للمبيعات.

- خطط العمل وتقارير الإنجاز لمندوب المبيعات.

- الأنماط المختلفة للعملاء (خصائص – كيفية التعامل)

اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي



مراجعة اهداف البرنامج :

في نهاية هذا البرنامج سيكون المشاركون قادرا على :

- 1- ادراك مفهوم التسويق الدوائي وعلاقة ادارة المبيعات بإدارة التسويق.
- 2- معرفة اخلاقيات التسويق والبيع الدوائي .
- 3- فهم عناصر المزيج التسويقي الدوائي وعناصر المزيج الترويجي.
- 4- التعرف على المهارات الواجب توفرها في مندوب مندوب الترويج الطبي (المندوب العلمي) .
- 5- معرفة معايير واساليب تجزئة السوق الدوائي .
- 6- الطرق المثلى لتصنف (الأطباء والصيدليات والمستشفيات) المبنية على حجم الوصفات والطلبات.



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

(تكملة) اهداف البرنامج :

- 7- تحليل SWOT (عناصر القوة والضعف والفرص والتحديات).
- 8- التصنيف الفعال للمنتجات الدوائية والية ترويجها وتسويقها.
- 9- التخطيط للزيارات و المقابلات للأطباء .
- 10- افضل الخطوات التي يتبعها المندوب الطبي في عرض وتقديم المنتج لدوائي للأطباء .
- 11 - التقييم الفعال لكل زيارة يقوم بها وتصحيح جوانب القصور مستقبلا.
- 12- اعداد تقرير الانجاز (الاسبوعي والشهري)
وضع خطة عمل مستقبلية
(اسبوعية وشهرية)
- 13- الالمام بمهارات ومهام مندوبي المبيعات وكيفية ابرام صفقات بيع ناجحة.
- 14- التعرف على أهمية ومحتويات الخطة التسويقية وخطة المبيعات .



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي

أشكركم وتمنيتي لكم بالتوفيق



اسم المدرب : دكتور صيدلاني / لبيب شاهر --- اسم البرنامج : مهارات التسويق والبيع الدوائي ---



www.anardes.net