

如何提高医生社区的商业效力

——第三方平台与药企如何开心玩耍

2016-12-01



讲者：
高兴
医脉通 副总裁

简介：
在医脉通历经市场部、销售部、营销事业部负责人等岗位，现任上海分公司负责人；12年digital行业经验，对药企数字营销发展现状及未来趋势有深刻见解，拥有丰富的创新型项目实践经验，参与撰写2016《中国健康产业蓝皮书》-数字化营销章节。

市场现状

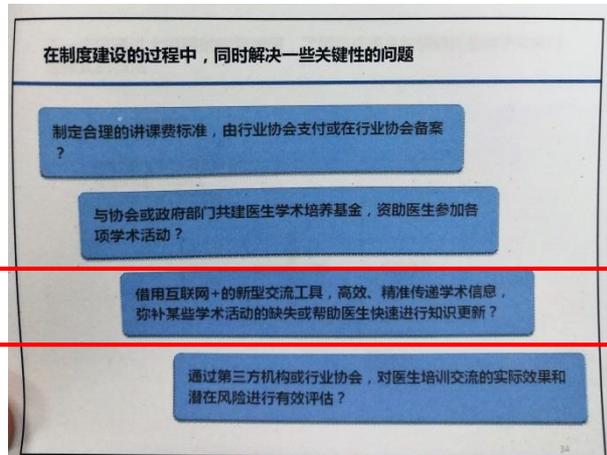
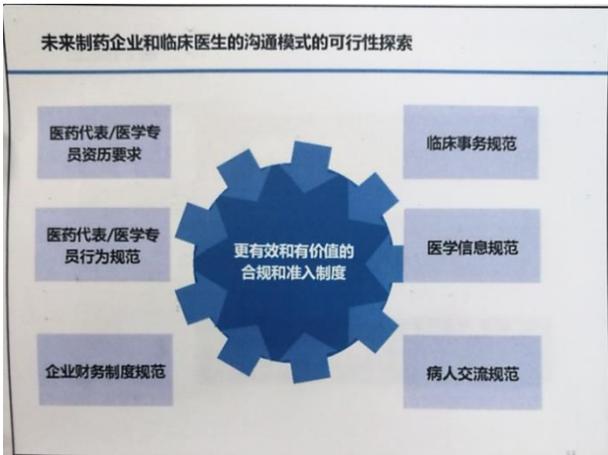
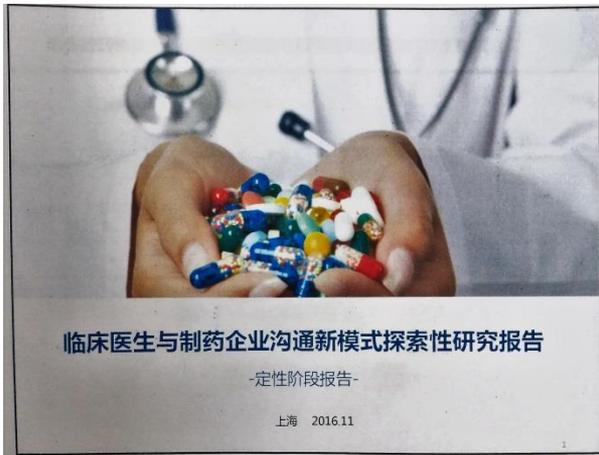
方法论

案例分享

制药企业与临床医生沟通模式探索



中国外商投资企业协会药品研制和开发行业委员会
China Association of Enterprises with Foreign Investment
R&D-based Pharmaceutical Association Committee



医药营销趋势



Traditional
~2003



e-Marketing
2004-2016



Digital
2016~



Brand Team	Brand Team + IT	Brand Team + MCM + e Strategic Partner
<ul style="list-style-type: none"> 学术会议 代表协访 临床试验 医生继教 赠药活动 上市会 学会合作 患者教育 学术礼品 	<ul style="list-style-type: none"> 网站搭建 (产品/活动) 会议支持 (网络直播/大屏) 移动App (EDA/学术/工具) SMS/MMS/EDM投放 社会化媒体 (微博/微信) 	<p>The third party platform</p> <ul style="list-style-type: none"> 数据挖掘与利用 科学设置KPI 合理的费用投入
< 1%	< 5%	15%

CLM+O2O双驱动是Digital成功的核心要点

制药企业面临着

What's
Your
Story?

Core Market

Emerging Market

Broad Market

- 业务增长率放缓，利润里降低
- 市场推广费用减少
- 合规制度收紧
- 医药代表减少



GlaxoSmithKline



Bristol-Myers Squibb



SANOFI



西安杨森
xian janssen



AstraZeneca

医药代表面对的变化



Before



Now



大环境

1. 专利药带来稳定销售业绩
2. 医生医药销售之间的沟通渠道相对通畅

1. 专利药到期，国内出现大量仿制药，市场竞争加剧
2. 医生变得谨慎，需要更深层的沟通



思维及工作方式

1. 注重与医生之间的关系维护
2. 已拜访为主要沟通方式
3. 已医生为中心增加药品销量
4. 薪资注重结果导向，奖金占比较高，基本工资较低，KPI考核靠销量等硬性指标

1. 注重为医生提供相关学术知识，对专业背景要求高
2. **通过新媒体渠道进行交流和沟通**
3. 以病人为中心的思维转变
4. 薪资不再结果导向，奖金占比降低，KPI考核注重学术推广

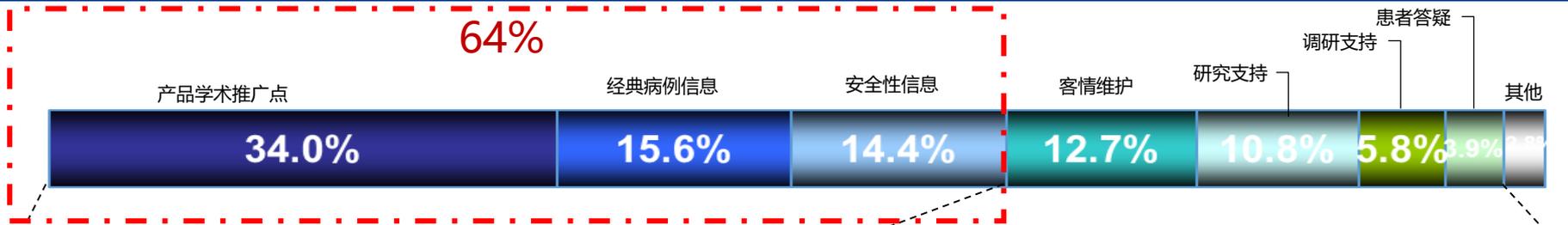


能力要求

1. 沟通和人际交往能力

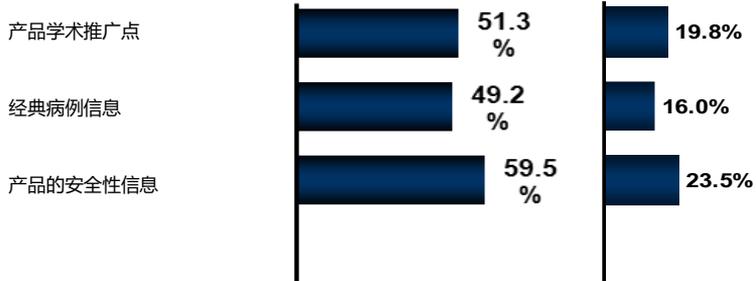
1. 专业学科背景
2. 团队协作能力
3. 沟通和协调能力
4. 外语

医药代表适合承担哪些工作？



Digital传递效果

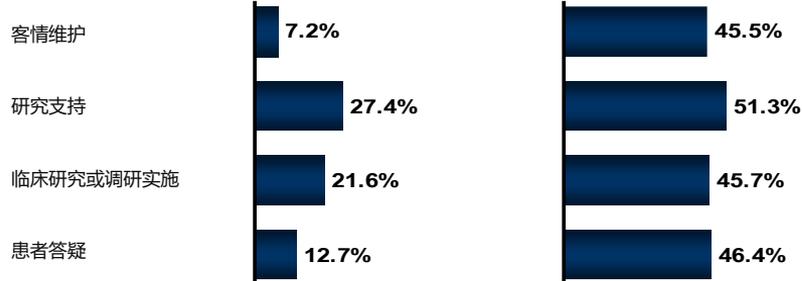
代表 (线下) 传递效果



Digital更适合产品专业学术推广

Digital传递效果

代表 (线下) 传递效果



代表更适合客情维护和提供落地支持

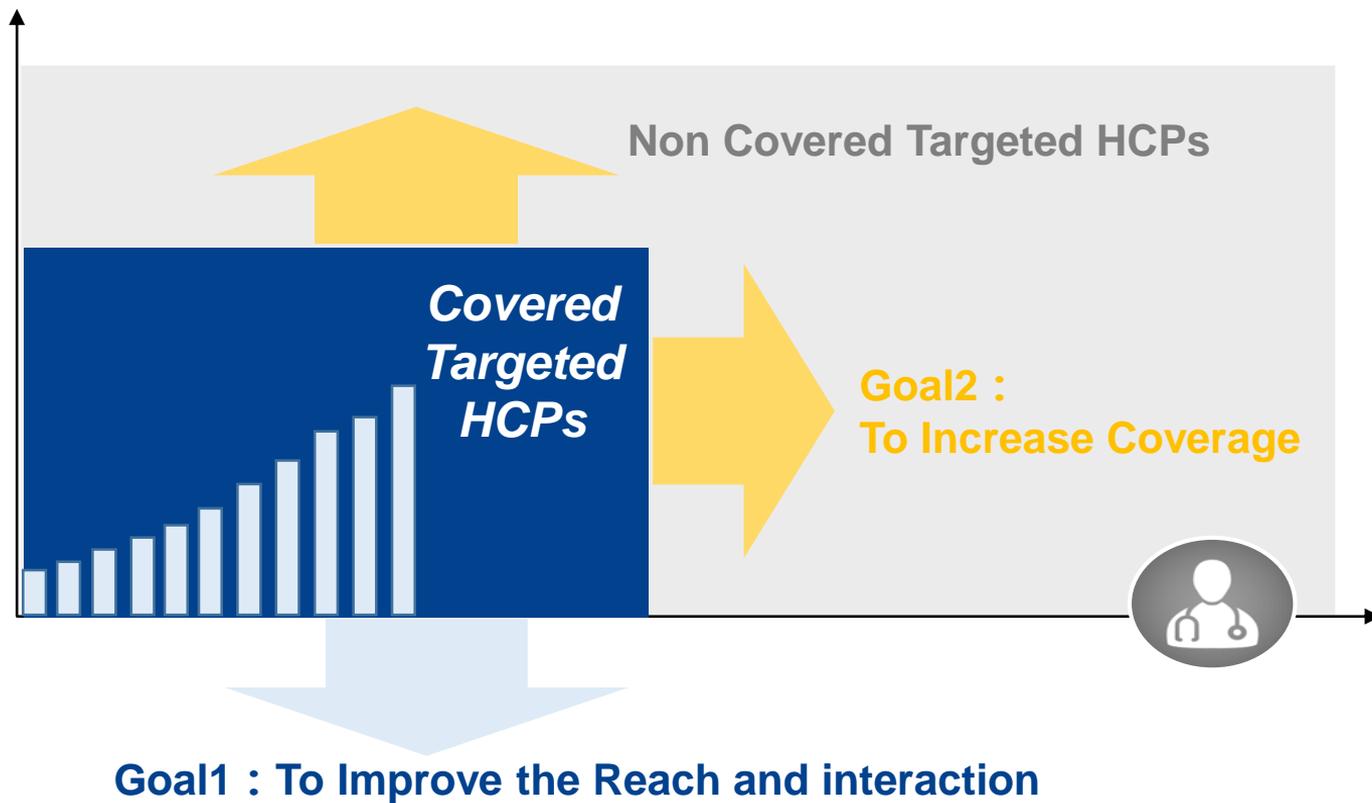
来源: Kingyee Research

市场现状

方法论

案例分享

两个营销目标(广度+深度)



Digital Marketing Concept :

1314 rules

1. One platform(一个平台)

3. Three years(客户分类)

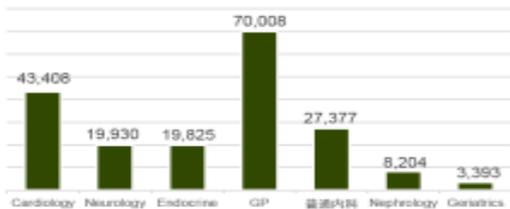
1. One team(一个团队)

4. 4R

*4R : Reach Right target HCPs With Right Message Through Right Channels at Right frequency

一个平台

1. Large target HCPs database available



- ✓ 1.70 M HCPs
- ✓ 28 Depts
- ✓ 7719 Hospitals
24403 CHC(社区医院)
- ✓ 323 cities &
1562 counties

2. More authoritative, academic medical info. and higher active user database.

CV Dept e.g.



- ✓ 3,600+ articles
- ✓ 1,600+ guidelines
- ✓ 50+ e-classes
- ✓ 1,000+ topics
- ✓ 500+ cases

Monthly Active Users (MAU)
50%+

3. Multi-Channel coverage and unified experience



PC website

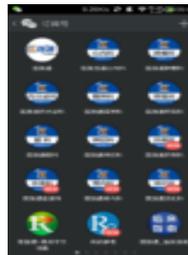
- ✓ 100K HCP viewers/day



Mobile App

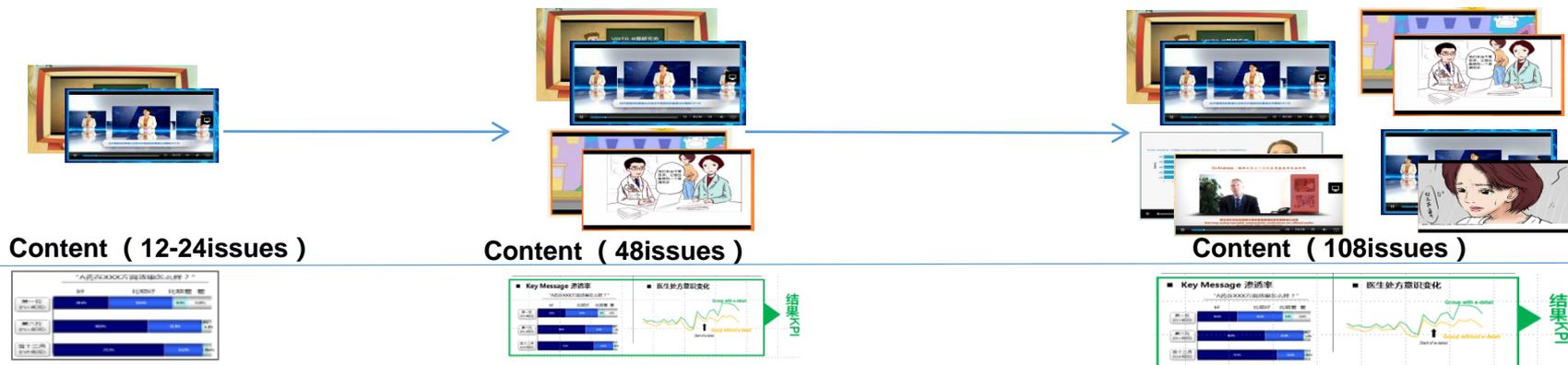
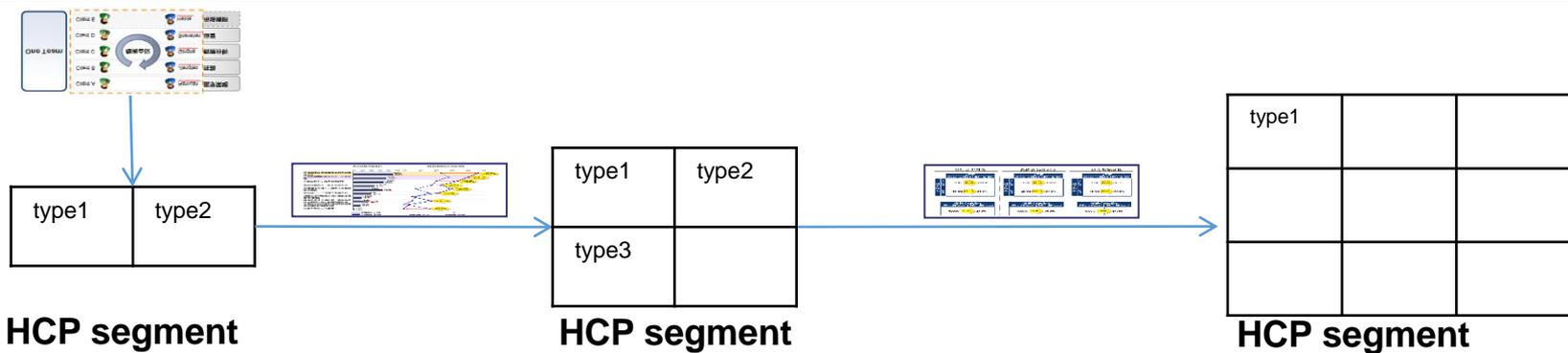
- ✓ 200k+ downloads
- ✓ 100K logins/month

WeChat Matrix



- ✓ 300K HCPs subscription
- ✓ 240+ contents per week
- ✓ 10%~30% reading rate
- ✓ 5%~10% share rate

目标客户分类



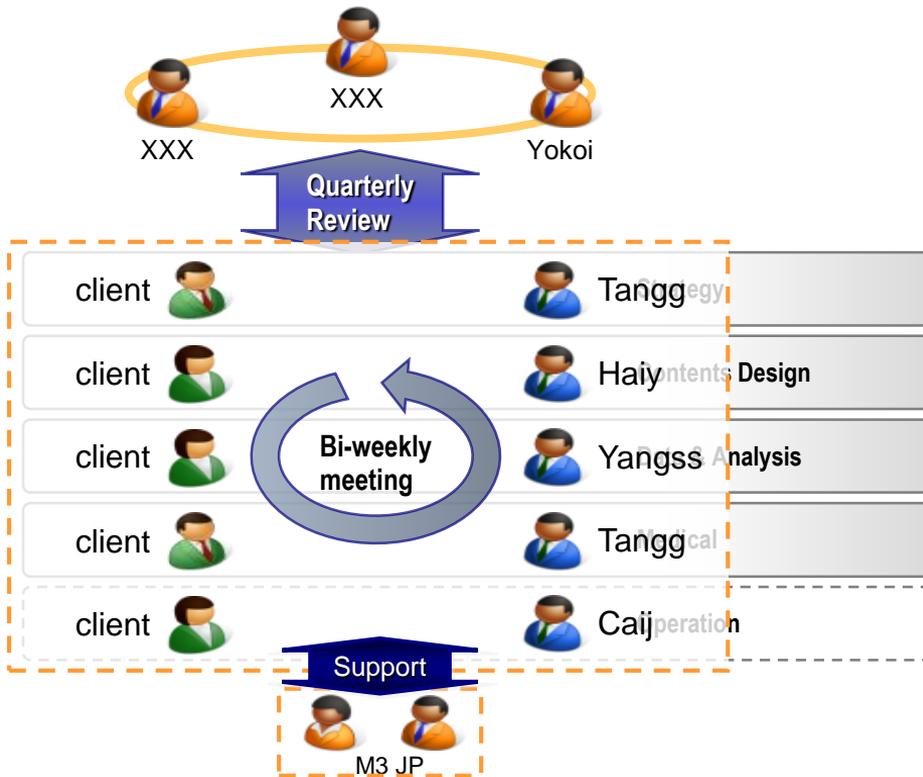
First year

Second year

Third year

一个团队

Governance & Team Structure



Key Elements of "One team"

- **End-to-end accountability from strategy to operations/ research**
 - One common set of priorities
 - Shared platform
- **Quick communication and decision making**
 - Quarterly review with SC
 - Weekly/Bi-weekly meeting with team
 - Collaborative environment
 - Shared tasks, issues, and progress report

Right Content

【KOL Salon】



【Dept meeting】



【Patient Story】



【cartoon】



Right Chanel

【Web/Email】



【APP】



【WeChat】



Right Customer



医脉通 信使
medlive.cn

医脉通具体怎么做？

项目管理流程

Plan



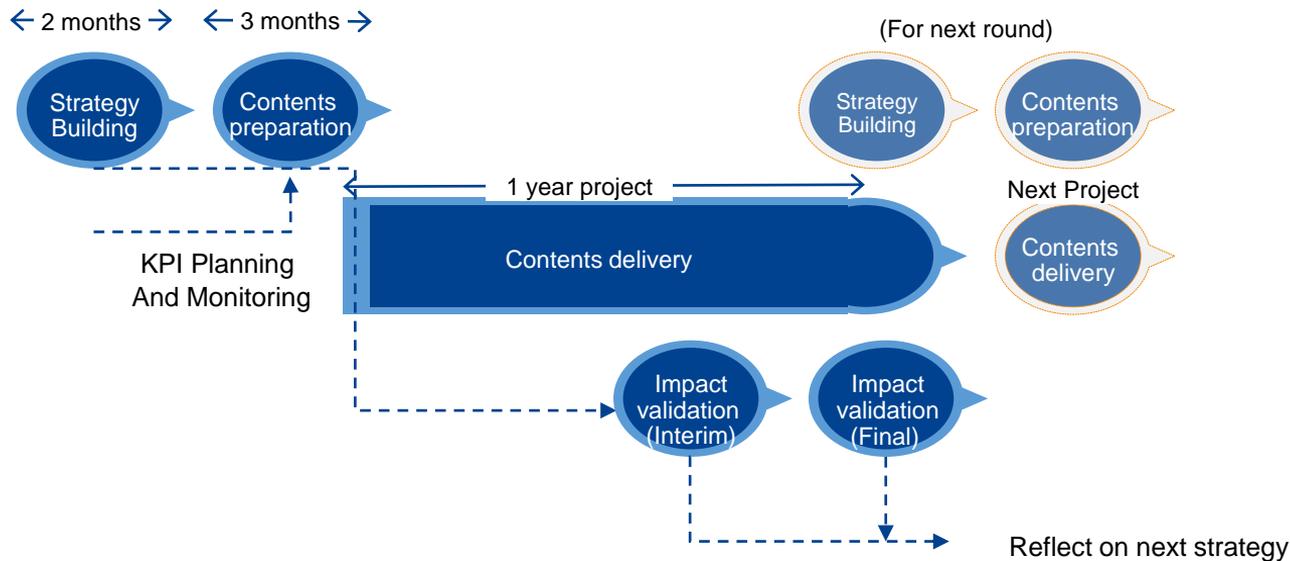
Do



Check



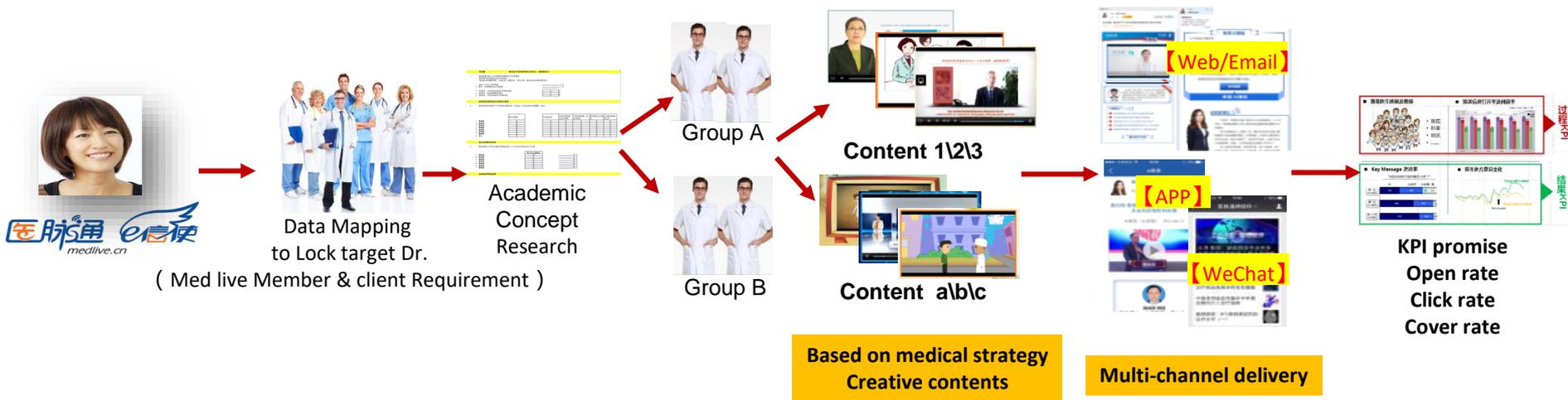
Act



Virtual Rep project requires our client to provide existing marketing materials/evidence/internal review support/physician Q&A support and etc.

项目服务流程

Virtual Rep Workflow



平台商业效力的提升在于整合：了解我们的医生诉求、理解客户的市场策略（知己知彼）

医生观念调研及分层

目标HCP分级

核心
市场
进药
医院
HCP

广域市场
部分进药和
非进药地区

YY%

医学策略的规划

核心/广域市场医生分别实施调研，根据不同的处方意识，分别策划相应的医学策略

处方认知的确认

1. 对疾病的认知
2. 规范诊疗的认知
3. 药品整体的评价
4. 药品优势的认知

处方观念的教育

1. 疾病教育
2. 规范诊疗教育
3. 药品教育

引导
处方行为

教育内容分类

前沿最新的研究进展



临床实践的诊疗经验



核心市场
侧重点

广域市场
侧重点

内容是王

Product Key Msg	Story line	Contents Topic/Title	Contents Logic	Story Style	Clinical Evidence	Influencer
产品关键信息	Story line	内容主题	内容逻辑	形式 (建议)	引用资料	讲者/主持者
精神分裂治疗的目标转变	以一个具体的患者治疗引出话题, 精神分裂症治疗指南指出在治疗各个阶段, 均需要同时关注疗效和功能, 急性期尤为重要。对于精神分裂症患者的治疗药在控制症状的同时考虑到功能恢复, 做到疗效与功能并重	关注功能, 促进回归	1.以病例引入话题→2.精神分裂症治疗策略的改变: 从症状到功能→3.早期功能改善的意义→4.不同药物对功能改善的作用	【动态】从漫画走进现实	《关注功能, 促进回归》	专家
1.疗效与功能并重; 2.急性期观念		【指南】精神分裂治疗应疗效和功能并重, 急性期尤为重要	《美国精神疾病协会实践指南》《中国精神分裂症防治指南》 1.让患者回归正常生活为目标→2.关注功能改善要从急性期开始→3.各阶段都应症状和功能并重	【静态】指南解读 (+quiz)	《关注功能, 促进回归》 《患者早期功能改善的评估》	e信使
芮达产品综述: 1.新结构, 新技术 (OROS); 2.分子结构与技术改善情感和认知, 降低不良反应	芮达的分子结构和剂型有利于快速控制阳性症状, 有效改善情感和认知症状, 降低不良反应的发生率	【综述】新型帕利哌酮, 全面改善症状与功能	1.新结构: 不同代谢特征和不同的受体作用谱; 2.新技术: 快速起效和安全耐受 3.新结局: 快速控制症状, 改善认知和社会功能	【静态】精分宝典 (+quiz)	《for part 1: 芮达介绍》	e信使/专家

Presents Option Script

Option 1 : XXXXX血管扩张药 转化为图形影像化的信息

Finished Contents



【KOL interview】



【3D animation】



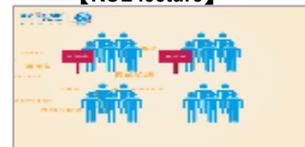
【KOL lecture】



【Patient story】

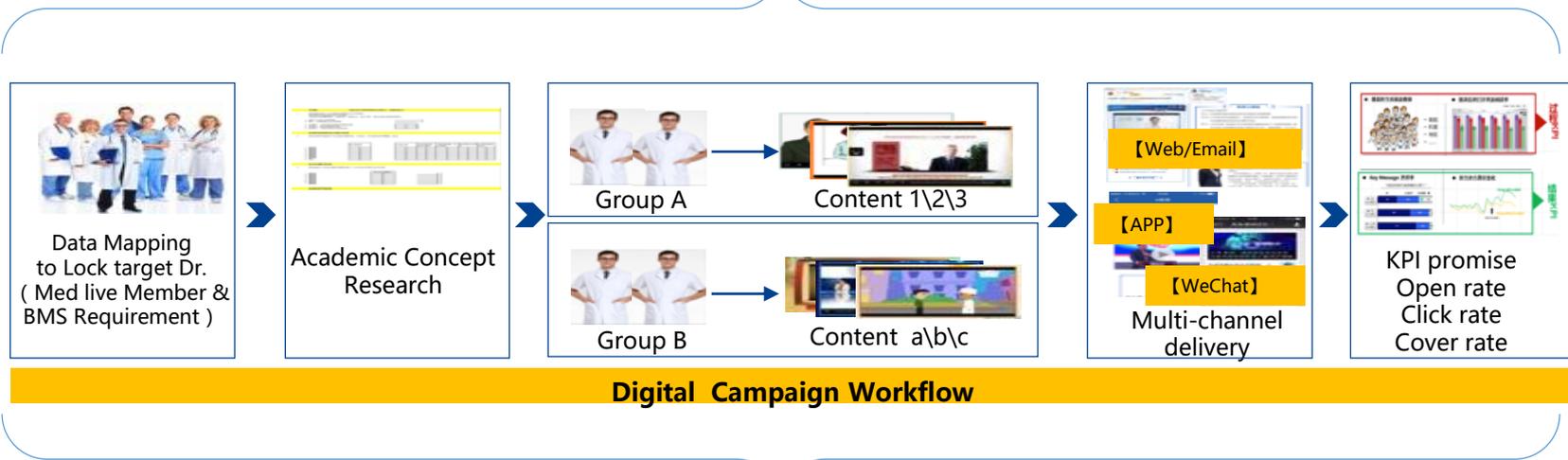


【Cinema】



【Flash】

第三方平台与药企



医生全程行为数据分析通过E武装平台汇总给销售代表

与企业开心玩耍：客观量化KPI、让代表参与并对其有帮助(O2O)

过程KPI和结果KPI

Process KPI



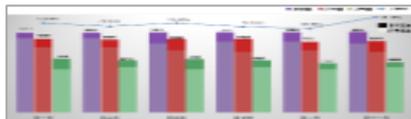
Following data & reporting biweekly/monthly

- **Quality & accuracy of covering targets**



- ✓ Doctors in key position : XXXXXXXX,
- ✓ Key market : XXXX hospitals
- ✓ Two departments: XX & XX

- **Operation data**



- ✓ Operation cycle : 12 months
- ✓ Frequency : 2周一期
- ✓ Open rate : Key market : 15%
- ✓ Cover rate : 50%

Result KPI

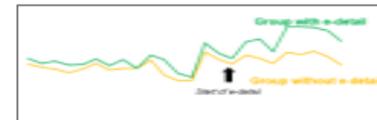


- **Penetration rate of key message**



- ✓ Cognition of treatment direction
- ✓ Evaluation of brand
- ✓ Cognition of key message

- **Changes in prescribing willingness**



- ✓ Prescribing willingness

Market Result

医生教育路径

CEJ



Dr

Identity authentication

Multi-channel Entrance

Virtual rep homepage

Content Full page

E-detailing View accept product information

医生的学术联结圈

科委会
面访
测试
返回结束拜访

线下科室会

E武装平台

医生列表页
添加医生账号
医生详情页
我的拜访

远程拜访

Thank You