



التسويق الدوائي

2024 - 31 أكتوبر
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



التسويق الدوائي

رمز الدورة: 120104_99567 تاريخ الإنعقاد: 27 - 31 أكتوبر 2024 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) التكلفة: 3900 اليورو

المقدمة:

يعد الفهم الكاھل لعھلاء شركات الأدوية مھماً جداً عندھا يتعلق الموضوع بالتسويق الدوائي، لا يھلك الأطباء في هذا الزمن الكثير من الوقت، فھم مھورون بكم ھائل من العھلومات الأخرى، بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية والرسائل من قبل صناعة الأدوية، لذلك من الضروري التخطيط لطرق فعالة للوصول إلى الأطباء في زمن تتغير فيه المھارسة الطبية، تركز هذه الدورة التدريبية على مھارات التواصل الأساسية اللازمة لمعالجة البيانات الطبية أو التجريبية المعقدة بكفاءة وفعالية مع الأطباء، كما تناقش توقعات الجمهور المستهدف من الفهم لتحليل بيانات التجارب الطبية والعوامل التي تؤثر على اختيار أطباء للعلاج، كما تركز الدورة بشكل خاص على ولفات حياة الأطباء الأكثر شهرة والتحديات الصعبة التي واجھتهم.

الفئات المستهدفة:

- الأفراد المسؤولين عن الشؤون الطبية والدوائية والتسويق والمبيعات الميدانية.
- أي شخص يقوم باستخدام تقنيات التواصل الفعالة للتواصل مع اختصاصي الرعاية الصحية.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مھاراته وخبراته.

الأھداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطبيق مھارات التواصل الأكثر تأثيراً في الفئات المستهدفة.
- اكتساب فھم شخصيات الأطباء بناء على الخلفيات التعليمية والثقافية والنھج الطبي وأنھاط التفكير.
- تحليل نقاط القوة والضعف في البيانات الإحصائية من التجارب الطبية.
- تحديد العوامل التي تؤثر على خيارات علاج الطبيب.
- إنشاء مواد تسويق وفعاليات ترويجية للمنتجات الصيدلانية.

الكفاءات المستهدفة:

- الاستدلال الإحصائي العملي.
- مھارات التواصل.
- علم النفس للعھلاء.
- وضع استراتيجيات المبيعات.
- وضع استراتيجيات التسويق.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، احصائيات الأطباء - ما الذي يجب معرفته؟:

- نظرة عامة على الوحدة العلمية
- السؤال والجواب المستند إلى الأدلة
- تطبيقات وسائل الدراسة المختلفة:
- النزاهة وتحليل هيئتنا
- التحليلات بأثر رجعي
- تحليلات الهجوم الفرعية
- الدراسات المتعلقة بالملاحظة
- التجارب الطبية
- تفصيل التجربة
- تقدير البيانات
- الاحصائيات للطبيب
- بحوث مهارة التطبيقات

الوحدة الثانية، التواصل مع الأطباء:

- أساسيات التواصل
- أساليب الاتصال المختلفة
- اكتشاف أسلوب التواصل مع الطبيب
- كسر منهجية "مقاس واحد يناسب الجميع"
- التفريق بين الرسالة الترويجية والرسالة الطبية

الوحدة الثالثة، شخصيات الأطباء المختلفة والتحديات:

- فن الملاحظة
- إيصال الرسالة
- التأثير الكبير في وقت قصير
- بناء الناس
- معالجة المخاوف
- الرد على أسئلة مختلفة والغرض منها
- ماذا تقول ومتى؟

الوحدة الرابعة، العوامل المؤثرة في اختيار العلاج:

- وجهات نظر الطبيب المختلفة
- شخصيات الأطباء المختلفة
- معالجة المشاكل
- تقديم البيانات
- الأسئلة التي بها تحدي والاقتراحات
- تيسير الدخول

الوحدة الخامسة، التسويق وترويج الفعاليات:

- تنوع الفعاليات والغراض المخصصة لها
- اختيار الفئة المستهدفة
- العمل مع المتحدثين والحضور
- التأكد من الفائدة العلمية
- نقل الرسالة مع الحفاظ على المعايير التعليمية والأخلاقية العالية

نموذج تسجيل :
التسويق الدوائي

رمز الدورة: 120104 تاريخ الإنعقاد: 27 - 31 أكتوبر 2024 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) التكلفة: 3900 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

المسمى الوظيفي:

.....

الهاتف / الجوال:

.....

البريد الإلكتروني الشخصي:

.....

البريد الإلكتروني الرسمي:

.....

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

.....

العنوان:

.....

الهدية / الدولة:

.....

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

المسمى الوظيفي:

.....

الهاتف / الجوال:

.....

البريد الإلكتروني الشخصي:

.....

البريد الإلكتروني الرسمي:

.....

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي