



مبيعات الأدوية والوصول إلى الأطباء



## مبيعات الأدوية والوصول إلى الأطباء

### المقدمة:

يعد الفهم الكامل لعوامل شركات الأدوية مهماً جداً عندما يتعلق الموضوع بالتسويق الدوائي، لا يملك الأطباء في هذا الزمن الكثير من الوقت، فهم مغمورون بكرهائل من المعلومات الأخرى، بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية والرسائل من قبل صناع الأدوية، لذلك من الضروري التخطيط لطرق فعالة للوصول إلى الأطباء في زمن تتغير فيه الممارسة الطبية، تركز هذه الدورة التدريبية على مهارات 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 ملفات حياة الأطباء الأكثر شهرة والتحديات الصعبة التي واجهتهم.

### الفئات المستهدفة:

- الأفراد المسؤولون 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 مهاراته وخبراته.

### الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطبيق مهارات التواصل الأكثر تأثيراً في الفئات المستهدفة.
- اكتساب فهم شخصيات الأطباء بناء على الخلفيات التعليمية والثقافية والنهج الطبي وأنماط 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:

- الذكاء وتحليل ميثا.
- التحليلات بأثر رجعي.
- التجارب الطبية.
- بحوث ممارسة التطبيقات.
- أساليب الاتصال المختلفة.
- التفريق بين الرسالة الترويجية والرسالة الطبية.
- شخصيات الأطباء المختلفة والتحديات.
- التأثير الكبير في وقت قصير.
- معالجة المخاوف.
- شخصيات الأطباء المختلفة.
- الأسئلة التي بها التحدي والاقتراحات.
- اختيار الفئة المستهدفة.

### محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، السؤال والجواب المستند إلى الأدلة:

- تطبيقات وسائل الدراسة المختلفة
- النراء وتحليل ميتا
- التحليلات بأثر رجعي
- تحليلات المجموعة الفرعية
- الدراسات المتعلقة بالملاحظة

### الوحدة الثانية، التجارب الطبية:

- تفصيل التجربة
- تقدير البيانات
- الإحصائيات للطبيب
- بحوث مهارة التطبيقات

### الوحدة الثالثة، 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 الرابعة، شخصيات الأطباء المختلفة والتحديات:

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

### الوحدة الخامسة، العوامل المؤثرة في اختيار العلاج:

- وجهات نظر الطبيب المختلفة
- شخصيات الأطباء المختلفة
- معالجة المشاكل

### الوحدة السادسة، تقدير البيانات:

- الأسئلة التي بها تحدي والاقتراعات
- تيسير الدخول

### الوحدة السابعة، التسويق وترويج الفعاليات:

- تنوع الفعاليات والغراض المخصصة لها



London - UK +447481362802  
Istanbul - Turkey +905395991206  
Amman - Jordan +962785666966

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