



تسويق وترويج الأجهزة والهلقات الطبية



تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية

المقدمة:

يغطي هذا البرنامج التدريبي المواضيع التسويقية والترويجية الخاصة بالعلامات التجارية وأدوية الوصفات الطبية والندوية التي لا تحتاج وصفات طبية، والسياقات الدوائية العامة والمركبة، بما في ذلك الإعلان عن المنتجات المركبة، والترويج خارج التسوية، والهدايا للطباء، والإعلانات المباشرة للمستهلكين، كما ستتم مناقشة الإعلانات ودراسات الحالة، بالإضافة إلى فحص استراتيجيات متابعة المتطلبات التنظيمية وتطوير أنظمة المراجعة الترويجية الداخلية الفعالة.

الفئات المستهدفة:

- العاملون في مجال التسويق.
- موظفو المبيعات.
- المسؤولون عن التسويق والمبيعات في المراكز الطبية.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطوير برامج التسويق والإعلان.
- تجنب القضايا التي تستعرضها الهيئات التنظيمية باستمرار.
- زيادة الوعي بالأدوار المتباينة لمختلف إدارات الشركات في تطوير الإعلانات والترويج.
- تقدير استراتيجيات للتفاعل / التعاون.

الكفاءات المستهدفة:

- مدخل حول إعلانات العقاقير الدوائية.
- الترويج خارج العلامة.
- التعليم الطبي.
- تقنيات التواصل والترويج الأخرى.
- مراجعة تطوير فعالية الإعلان والترويج.
- الضوابط الداخلية وضبط الإعلان والترويج.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، مدخل حول إعلانات العقاقير الدوائية:

- ما الذي يثير قضية الإعلان والمراجعة الترويجية
- أنواع مختلفة من الإعلان والترويج
- أدب الطرف الثالث
- دراسات حالة للإعلانات والترويج
- عندها تسوء الأمور: الوقاية، مقاييس التعافي

الوحدة الثانية، الترويج خارج العلامة:

- ما هو الترويج خارج العلامة
- ما الذي تعتبره إدارة الاغذية والعقاقير خارج العلامة
- الإعلان المقارن وادعاءات التفوق
- أمثلة على الترويج خارج العلامة
- أمثلة على جهود تطبيق "FDA"
- حالات المبلغين عن المخالفات التي تنطوي على ترقية خارج العلامة
- مطالبات نوعية الحياة

الوحدة الثالثة، التعليم الطبي:

- التعليم الطبي المستمر "CME"
- الاستجابة لطلبات الأطباء ومختصي الرعاية الصحية
- مطبوعات الراعي الوحيد
- الندوات والمعارض والندوات العلمية
- الفخريّة، الهدايا، التعويضات والمكافآت

الوحدة الرابعة، تقنيات التواصل والترويج الأخرى:

- الإفصاح المالي وعلاقات المستثمرين
- التواصل مع السوابق
- أخذ عينات المنتج
- مضاعفة مجموعة الأدوية

الوحدة الخامسة، مراجعة تطوير فعالية الإعلان والترويج:

- الحاجة إلى المراجعة والتوثيق
- الإدارات والتخصصات المطلوبة في الشركة
- مصفوفة المراجعة الفعالة

الوحدة السادسة، الضوابط الداخلية وضبط الإعلان والترويج:

- مندوبو المبيعات والتفاصيل الطبية
- أحداث وبرامج التسويق
- الضوابط الداخلية الفعالة