

ETC 마케팅 전문가 과정 I

입문자 과정

2019. 08. 20 (TUE) 1st day Program Agenda

10:00-11:00 | PART1. 마케팅의 새로운 정의와 마케터의 업무 이해

1. 일반적인 마케팅 vs 제약 마케팅
2. 제약 마케팅의 역할
3. Marketing Leadership Profile과 마케터의 업무

11:00-13:00 | PART2. 방문 단계와 각 단계별 핵심 행동 역량 구체화

1. 제품 구매를 자극하는 것은 무엇인가?
2. 의약품 처방을 자극하는 것은 무엇인가?
3. 고객의 Treatment unmet needs 개발과 최적의 치료 솔루션으로의 이점

13:00-14:00 | LUNCH

14:00-18:00 | PART3. 제약 마케팅 전략 I Segmentation & Positioning

- Case Study & Workshop
1. 성장 기회를 찾기 위한 Market Analysis
 2. SWOT 분석
 3. 성장기회로써의 Key success factor 도출
 4. Segmentation / Targeting / Positioning 전략 도출

2019. 08. 21 (WED) 2nd day Program Agenda

10:00-13:00 | PART4. 제약 마케팅 전략 II Communication strategy

1. 고객의 관점으로 브로슈어 보기
 2. 행동 변화를 만들어내는 고객 인식 프레임 확인
 3. 효과적인 메시지 전달과 행동변화를 위한 브로슈어 재구성하기
- Activity: 가상 제품 X의 브로슈어를 Treatment unmet needs를 반영하여 제작하기

13:00-14:00 | LUNCH

14:00-17:00 | PART5. 제약 마케팅 전략 III Product life cycle strategy

1. Product life cycle의 단계
2. 단계별로 반응하는 고객의 이해
3. 각 단계별 특징 및 전략

17:00-18:00 | Course wrap-up