

客戶關係管理與實戰經驗

剖析時下大部分藥品公司的醫藥品行銷策略(Pharmaceuticals Marketing Strategy)，都是以滿足客戶需求(Customer Needs)為業務發展重點。藥品公司通常以提高客戶服務滿意度為業務活動規劃的最高原則，客戶關係到底是怎麼樣維持?很多業務部同仁認定，只要能預先收集基本客戶資料(Customer Basic Information)，積極去了解客戶的個性，培養客戶共同的嗜好，增加客戶拜訪頻率(Call Frequency)，適時提供客戶售後服務，就能維持良好的客戶關係。甚至於認為只要跟客戶能稱兄道弟就是已經打通關係，再給客戶最好的優惠條件，就可以維持很好的客情。然而這些都是假象，因為業務人員的高流動率，利潤導向的市場競爭激烈，再加上政府主導的全民健保給付(NHI Reimbursement Scheme)的方式不斷改變以及未來因應藥安、食安問題而要求藥品公司要導入優良配送規範 (GDP)的新措施，客戶關係的維持已經不是簡單的客情經驗理論就能達成目標。

以客戶為中心仍然是大部分藥品公司的營運方針。然而，通常僅限於那些產品很強的公司才能使客戶為中心的經營策略成為可能。公司營業策略基本上仍保持以產品為中心。客戶對藥品公司的印象通常只有片面不全的認知。反之，客戶背景也是四分五裂不完整觀點，不同的客戶接觸點，有不同的見解，有如瞎子摸象。大部份公司認為客戶銷售資訊通常是鎖定在使用進銷存系統作業的倉儲部門。實際的經營型態，顯示事實卻不盡然。我們希望從關係行銷(Relationship Marketing)的執行到供應鏈(Supply Chain)的管理目標另外整合電子商務(E-Commerce)及雲端發展的技術及觀念，去帶動一個以客戶為中心的觀點的全面性整合客戶關係管理模組，進而協助建立有效的營運模式已獲得更好的營運績效。

本課程共分為四個章節，由客戶管系基本架構到實際應用，由裡到外去輔導藥品公司如何去架構一個客戶關係管理系統，課程的四個章節先後順序如下：

1. 客戶管理模組：約占課程的 1/4 時間，內容為課程講授與小組討論。
2. 目標客戶的擇擇與分級:約占課程的 1/4 時間，內容為課程講授與小組討論。
3. 客戶關係的經營：約占課程的 1/4 時間，內容為課程講授與案例演練。
4. 客戶資訊整合與運用:約占課程的 1/4 時間，內容為課程講授與小組討論。

協會將於本年度 12 月份力邀成信生技公司的陳銀山總經理和基亞生技公司的官世昌特助共同擔綱這“客戶關係管理與實戰經驗”一天的管理強化的課程。

*參加此課程，可認定 MR 持續教育 7 小時。

日期	108 年 12 月 12 日 (三)	
地點	文化大學大夏館 B210 教室(台北市大安區建國南路二段 231 號)	
時間	主題	講師背景與經歷
08:30~09:00	■ 報到及聯誼	
09:00~10:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 第一單元：客戶關係管理模式 1. e 世紀商業模式的改變與省思 2. 客戶關係管理與 e-Business 3. 客戶關係管理的核心議題： 4. 客戶管理與人際網絡 <ul style="list-style-type: none"> 1. 銷售管理 2. 服務管理 3. 行銷管理 	<p>陳銀山老師：</p> <p><u>Education</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -台北醫學大學藥學系畢業 藥師 -國立台北大學企管系 EMBA 碩士班畢業 <p><u>WORKING EXPERIENCES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -成信生物科技股份有限公司 總經理 -合源醫藥實業有限公司董事總經理 -訊聯生物科技股份有限公司 副總經理 -美商 Stiefel Laboratories 大藥廠股份有限公司 總經理(大中華區) <p>官世昌老師：</p> <p><u>Education</u></p>
10:30~10:45	Tea Break	
10:45~12:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 第二單元：目標客戶的擇擇與分級 1. 目標客戶的定義 2. 目標客戶的分級 3. 目標客戶的經營策略 4. Workshop 	
12:30~13:30	午 餐	

13:30~15:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ 第三單元：客戶關係 1. 客戶關係的層次 2. 客戶關係的架構 3. 如何強化客戶關係 4. Workshop 	-台北醫學大學藥學系畢業 藥師 -朝陽科技大學企管系 EMBA 碩士班畢業 WORKING EXPERIENCES -基亞生物科技股份有限公司董事長特助 -美時化學製藥股份有限公司業務暨經銷商管理副總經理 -健喬信元醫藥生技股份有限公司董事長室營業暨行銷特別助理
15:00~15:15	Tea Break	
15:15~17:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ 第四單元：客戶資訊整合與運用 1. 何謂有效的客戶資訊 2. 客戶的資訊整合 3. 如何運用資訊於商務 4. CRM 工具介紹 5. Workshop 	-台灣萌蒂藥品有限公司專案客戶管理處長 -台灣諾華股份有限公司癌症事業部 Commercial Excellence 處長 -台灣諾華股份有限公司癌症事業部業務處長 -台灣諾華股份有限公司癌症事業部業務處長 -惠氏大藥廠地區業務經理 -美商 Stiefel Laboratories 大藥廠股份有限公司 全國業務經理
17:00~17:15	<ul style="list-style-type: none"> ■ 課後問卷填寫 ■ 頒發課程證書 	

報名流程

費用：每人 5,000 元〈提供教材、午餐及茶點〉；TPMMA 會員 8 折(4,000 元)；非會員同公司三人以上 8 折(4,000 元/人)

報名方式：請使用 TPMMA 網站線上報名(<http://www.tpmma.org.tw>→[最新活動訊息](#))報名完成後，請線上填寫【[已繳費通知](#)】(※線上報名並填寫已繳費通知才算完成報名程序) --名額有限，請儘早報名，抱歉恕無現場報名繳費，感謝您的配合。

報名截止日：108 年 12 月 4 日

繳費方式：

- 1、銀行匯款：土地銀行(和平分行)，帳號:045-0010-15919
戶名:台灣藥品行銷暨管理協會
- 2、ATM 轉帳：土地銀行(代號:005)，帳號:045-0010-15919
- 3、支票繳費：支票抬頭「台灣藥品行銷暨管理協會」
寄至:106 台北市敦化南路二段 128 號 15 樓(台灣藥品行銷暨管理協會收)

聯絡人：謝宜姣專員，e-mail：gladys.hsieh@tpmma.org.tw

