

客戶管理與 AI 實戰

用數據與自動化打造業績成長引擎

一.課程簡介：

在當前的醫藥市場，大多數藥品公司的行銷策略仍以「滿足客戶需求」為核心。企業普遍相信，只要提升客戶服務滿意度，就能穩定客戶關係。然而，傳統的客情維繫方式——蒐集基本客戶資料、了解個性、增加拜訪頻率、提供售後服務、甚至與客戶建立私人交情——在今天已經不再足夠。原因很直接：業務人員流動率高，市場競爭以利潤為導向，全民健保給付制度持續調整及 GDP（優良配送規範）等法規要求愈趨嚴格，在這樣的環境下，客戶關係早已不是靠「人情」就能維持的。

產品導向仍是主流，客戶導向常流於口號

雖然「以客戶為中心」是多數藥品公司的官方策略，但真正能做到的往往是產品線強、資源充足的公司。多數企業的營運仍以產品為主軸，客戶對公司的認知片段零散；反過來，公司對客戶的理解也同樣破碎，來自不同部門的接觸點各說各話，像瞎子摸象。

更常見的誤解是：

企業以為客戶銷售資訊只存在倉儲或進銷存系統，但實際上，真正影響客戶關係的資訊散落在業務、客服、物流、法規、財務等各個環節。

從關係行銷到供應鏈管理，企業需要的是「整合」

高度法規化、競爭激烈的醫藥市場，企業必須重新思考 CRM 的角色。

我們希望從：關係行銷（Relationship Marketing），供應鏈管理 Supply Chain Management），電子商務（E-Commerce），雲端技術（Cloud Services）進行整合，打造一套真正以客戶為中心的 CRM 模組，讓企業能建立可持續、可量化、可預測的營運模式，進而提升整體績效。

我們用現代語言重新定位及規劃課程內容：

1. 客戶管理模組
→ 從「紀錄客戶」進化到「AI 生成客戶洞察」
2. 目標客戶的選擇與分級
→ 從「營業額分級」進化到「AI 預測客戶價值」
3. 客戶關係的經營
→ 從「客情」進化到「AI 驅動的智能互動」
4. 客戶資訊整合與運用
→ 從「資料整合」進化到「AI 自動化決策」

醫藥業的客戶管理已從人情與經驗，全面走向數據、預測與 AI 自動化。真正能打造業績成長引擎的，不是拜訪頻率，而是智慧化的客戶洞察與行為預測。

協會將於本年度 12 月份力邀康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”一天的管理強化課程講師，為您打造以客戶體驗為核心的智慧化管理系統，全面提升銷售轉化率與營運效率的一門技能。

二.上課時間：中華民國 115 年 12 月 19 日（星期**六**）09：30~17：30

三.上課地點：台大校友會館 3C 會議室

四.課程大綱：

時間	議題	主講者
08:40~ 09:00	報到聯誼	陳銀山 老師： <u>Education</u> -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 <u>WORKING EXPERIENCES</u> -康信生物科技股份有限公司 總經理 -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) 官世昌 老師： <u>Education</u> -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 <u>WORKING EXPERIENCES</u> -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 -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
09:00~ 10:30	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 ■ 銷售管理 ■ 服務管理 ■ 行銷管理	
10:30~ 10:40	休息	
10:40~ 12:30	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	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	
15:00~ 15:15	休息	
15:15~ 17:00	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	
17:00~ 17:15	■ 課後問卷填寫 ■ 頒發課程證書	

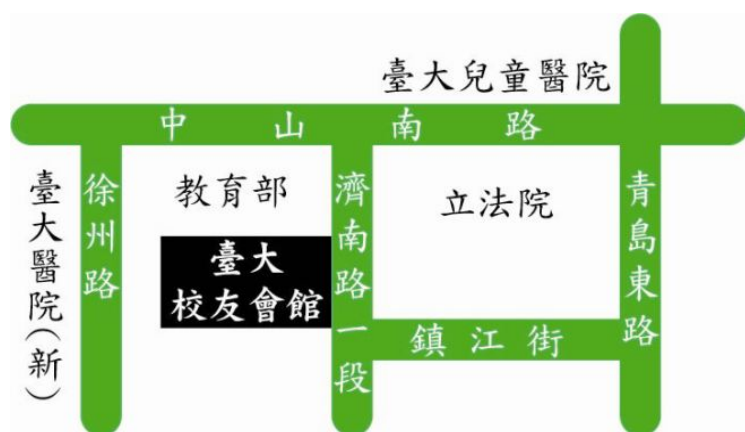
※主辦單位保有修改、變更及暫停本活動之權利，必要時將視情況進行調整。※

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/人)，同公司三人以上報名再 9 折(3,600 元/人)，
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)--抱歉恕無現場報名繳費，感謝您的配合。
- 報名截止日：115 年 12 月 3 日
- 繳費方式：
銀行匯款：
台北富邦銀行(世貿分行)，帳號：8212-0000-1784-28
戶名:台灣藥品行銷暨管理協會周志鴻
ATM 轉帳：
台北富邦銀行(代號:012)，帳號：8212-0000-1784-28

聯絡人：杜雅雯 (Winnie)，e-mail：winnie.tu@tpmma.org.tw

*交通位置圖如下：台大校友會館(台北市濟南路一段 2-1 號)



鄰近立法院、教育部、中央聯合辦公大樓；交通便捷距臺北車站約 5 分鐘車程，
距大眾捷運（藍線－善導寺站、紅線－臺大醫院站）步行約 10 分鐘。