

醫藥行銷策略個案實作班

一. 課程簡介：

透過經典乳癌個案的實作與討論，參與課程的夥伴可以很直接貼近醫藥行銷人員在執行產品行銷策略規劃的流程與邏輯，如果你目前在行銷策略產出上發現力有未逮，無法想出新的或者有效益的策略方向，或者你未來想要往醫藥行銷的職涯發展，但在業務工作上沒有很好的資源跟內部訓練讓你了解或體會行銷策略推導的邏輯與流程，歡迎業界與業外的夥伴，一同來參與這個行銷策略實作班，體驗從無到有的行銷策略生成過程。

本實作班會提供學員一個台灣實際乳癌標靶藥物個案，藉由這個個案作為素材，學員將就市場分析、關係人分析、行為洞見分析、SWOT 分析等分析工具，開展以產品成長為目標的行銷策略規劃，另外關於策略形成工具，我們將提供三個策略形成工具，確保學員可以在策略推導上，可以有更多的策略可能性，達成策略多樣性的可能，而不只能回應市場的動帶，作以宣傳為主的被動推廣策略。

除了策略生成，我們也會介紹如何將 OKR 概念與框架導入行銷計劃的框架內，確保 A 級的策略可以搭配 A 級的執行與追蹤，如此可以確保成長績效的展現，與配合市場調整策略方向的敏捷性

如果會員公司目前沒有統一的產品策略規劃架構，透過這個實作班，將提供你的行銷團隊在當年度的行銷策略規劃上，可以有不同的看見與成長機會點，貢獻在整年度的品牌推廣。

請立即報名，搶先體驗個案實作培訓課程！

二. 建議上課對象：

對於醫藥行銷與企劃之相關工作或未來職涯發展有興趣之會員與醫藥生醫業界從業人員。

三.上課時間：中華民國 115 年 5 月 21 日（星期四）09：00~17：30

四.上課地點：台大校友會館 3B 會議室

五.課程大綱：

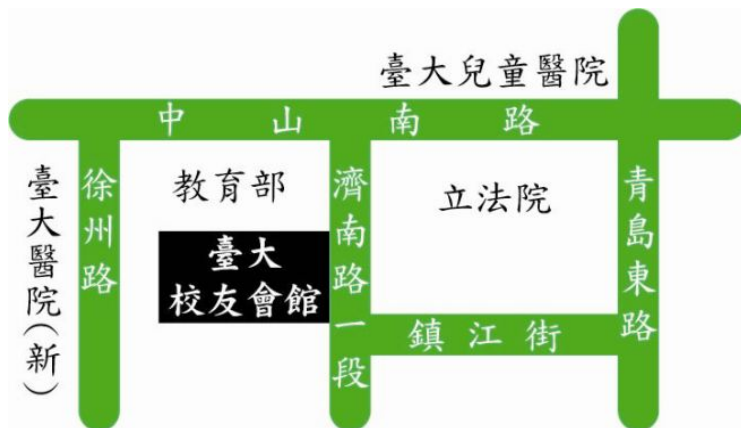
時間	議題	主講者
08:50~ 09:00	報到聯誼	講師：黃峙銘
09:00~ 12:00	醫藥行銷策略分析 ◇ 行銷策略計畫推導流程與邏輯 ◇ 市場分析架構與相關台灣資料庫 ◇ 客戶與病患行為分析	學歷：清華 EMBA/科管所 台北醫學大學/藥學系 工作經歷： 羅氏大藥廠 癌症事業二部 行銷副處長 諾華瑞士總公司 全球品牌經理 台灣諾華股份有限公司 行銷經理 台灣諾華股份有限公司 亞太區器官移植 產品組主持人 台灣諾華股份有限公司 產品經理 台灣諾華股份有限公司 產品副理 台灣諾華股份有限公司 業務專員
12:00~ 13:00	Break	
13:00~ 16:00	醫藥行銷策略形成 ◇ 病患旅程與策略形成 ◇ 客戶與病患洞見策略形成 ◇ 產品定位與價值策略訂定	
16:00~ 17:30	行銷執行方案與 OKR 架構制定 ◇ 行動方案與 OKR 架構 ◇ 業績預估與財務計畫訂定	
17:30	結束	

※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 5 月 6 日
 - 繳費方式：
 - 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
ATM 轉帳：
土地銀行(代號:005)，帳號:045-0010-15919
- 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。