

药企“微博+微信”三个代表管理平台

(医药代表、OTC代表、商务代表)

2013年8月成都（子君）

开场白、总体定位

- 微博：大数据挖掘；
- 移动SNS应用：CRM管理。

目录

一、移动社交网络的价值

1. 微博的价值
2. 移动SNS应用的价值

二、移动社交下的三个代表管理模式

第一部分、移动SNS应用与销售管理

第二部分、“PC+移动SNS应用”与销售管理

三、“微”病例讨论、科室会、店员教育案例分享

- 1、“微”病例讨论
- 2、“微”医院科室会
- 3、“微”店员社区

一、移动社交网络的价值

1. 微博的价值：

看看以下数据——

截止至2013年3月31日

新浪微博注册用户数：5.36亿

日活跃人数：4980万

移动终端登录新浪微博日活跃用户比例：75.3%

全年活跃用户占比：9%-10%

23.6%的微博用户关注医疗健康类的企业资讯；
19.4%的微博用户关注保健类产品信息。

用户自我表达

新浪微博：1.3亿条/天

腾讯微博：1.7亿条/天

网页：60万条/天



2012年中国网民上网时间排行

在微博中搜索“关键词”

关键词	搜索数量
高血压	19,097,457
肝病	2,446,222
降压药	407,525
补钙	9,692,855
糖尿病	18,407,533
心脏病	28,805,169
宝宝拉肚	6,226,278



新浪微博搜索“高血压”

找到**157**个认证用户、**500+**普通用户、**40**个新浪微群

移动SNS应用公众账号搜索

“高血压”找到**34**个公众账号，“血压”，找到**45**个公众账号；事实上，在移动SNS应用平台中还存在着大量非实名的医疗、药企移动SNS应用账号。

在微博里挖掘未被满足的需求：



不是天使更爱美丽：总算把港澳的酒店门票搞定，一点不比东南亚便宜啊，但是上周**老妈高血压**发作，CT显示轻微腔梗，不敢拉着去太远的地方了。老妈你一定要身体棒棒，还有很多好玩好吃的等着一起去体验啊

今天17:13 来自iPhone客户端

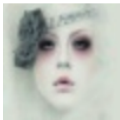
| | | 评论



vivianGee：**高血压**压差小吃该吃**哪种药**？忘知晓者能告知。

5月19日 18:15 来自索尼Xperia SL LT26ii

| | | 评论(2)



DuoDuo美甲：请问：有谁知道**哪种药**治疗**高血压**比较好的？

2011-4-29 13:18 来自S60客户端

| | | 评论



Lingolam★：急急，求药，哪位可以告诉我一下，**哪种药**对心血管，**高血压**比较好，爷爷的血压一直降不下来，心就像被火烧，看着我好难过，他现在服用波立维，日本救心单和干羊胆，作用都不大，求药...

2011-1-21 16:29 来自摩托罗拉智能手机

| | | 评论



More-Super★：最近突然看到爸妈都老了很多，尤其老妈，一头疼就白一堆头发，又高糖。**老爸就高血压**。我很担心他们，我希望他们能健康，开心，多活几年。我决定，一发工资给他们买保健品。每月都投资他们的健康👉从鱼油开始

新浪微博中可以挖掘出一个庞大的远未饱和的用户市场……

小结、微博大数据的价值：

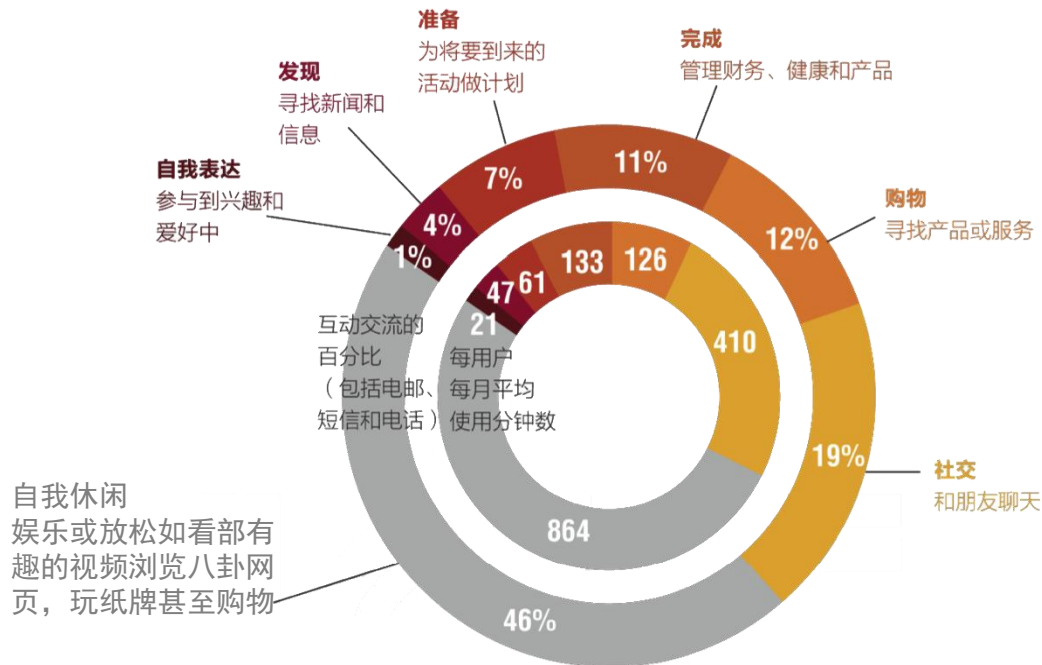
- (1) 微博已成为中国互联网第一大入口；
- (2) 微博已成为中国人自我表达的第一大平台；
- (3) 微博大数据，正在成为挖掘患者未被满足需求的利器，在微博上找高血压患者，成为最廉价的患者数据入口。

2.移动SNS应用的价值：

- 2013年7月25日

移动SNS应用注册用户数超过**5亿**，每日新增**116万人**，**90%**活跃用户，**93%**的使用率。

- 研究显示，用户手机使用时间
自我休闲46% **社交19%** **购物12%** **寻找有价值信息4%**



因此，用户的**生活式服务**设计是增加移动SNS应用平台黏性的关键。

移动SNS应用订阅账号：健康教育自媒体

分享至朋友圈，形成最具传播效果的**口碑传播**。

移动SNS应用群：患者社区管理

私密、便于在手机移动端交流讨论，

适于定向人群的健康教育及管理。

例如：全科医生服务自己的签约患者，

药店周围社区的安全用药教育，患者俱乐部互动交流。

“朋友圈”：健康分享平台

朋友圈的分享(53.55%)和查看(61.66%)，是使用移动SNS应用用户中，排名第三和第四的重要功能，适用于**健康知识的分享和健康产品的在线直销**。

移动SNS应用群—那些未被满足的需求



患者的移动SNS应用群: 患者正在自己管理自己的需求!

小结、移动SNS应用给与药企的Social CRM

功能：

- 订制健康资讯推送（订阅账号）
- 安全用药互动交流（药品条形码扫描）
- 药企药店“微陈列”（二维码）
- 患者健康管理APP植入（维多利亚宣言、清晨血压管理）
- 移动支付（OTC、二类医疗器械、膳食营养补充剂）
- 药店（医院）地理位置服务（移动SNS应用生活圈）
- 患者社交游戏（高血压患者“打飞机”大赛）
- 健康表情应用（开发健康流行元素）

二、移动社交下的三个代表管理模式

移动SNS应用，首先应用应用于企业内部管理

- 尽管更多人在谈如何把移动SNS应用应用于市场营销，但我们认为，移动SNS应用首先应被用于企业内部管理；
- 在企业内部管理的应用，让移动SNS应用首先成为企业信息分享和提高协同工作效率的平台；
- 其次，将移动SNS应用用于企业与客户的沟通，构筑新型的客户关系服务平台，就是新型的CRM系统；
- 总之，消除“沟通漏斗”、跨越部门鸿沟，是移动SNS应用作为Social CRM的首要价值所在！

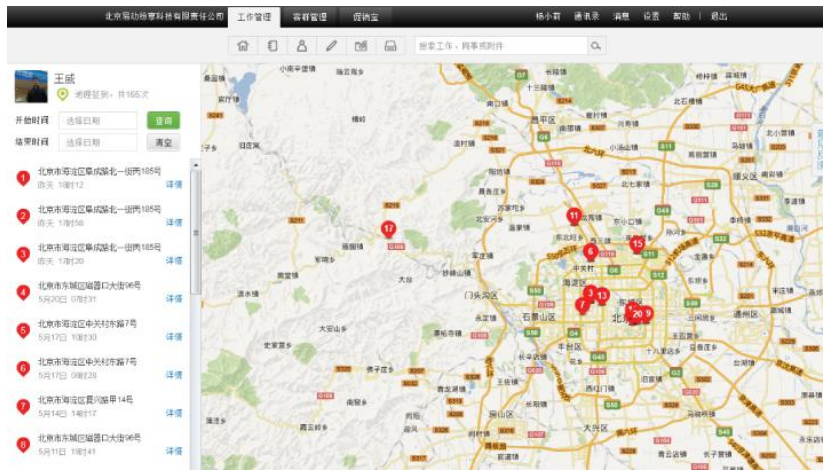
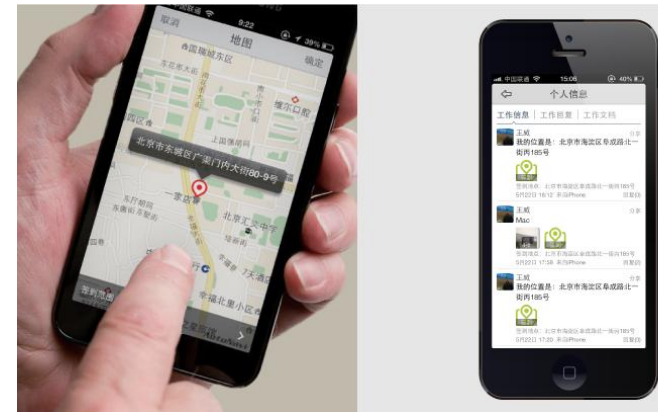
第一部分、移动SNS应用与销售管理

移动SNS应用于销售过程管理的几大功能——

- 1、移动SNS应用之——LBS与销售外勤管理
- 2、移动SNS应用之——终端销售数据管理
- 3、移动SNS应用之——轻量级SocailCRM
- 4、移动SNS应用之——销售协同支持
- 5、移动SNS应用之——终端资源管理
- 6、移动SNS应用之——顾客门店导流
- 7、移动SNS应用之——店员教育（病例讨论、医院科室会）
- 8、移动SNS之——推送医生（店员）自媒体

1、移动SNS应用之一——LBS与销售外勤管理

移动SNS应用的电子地图签到功能可实现外勤时手机轻松打卡，按月汇总统计，结合办公室的考勤打卡，为企业构建完整的全景考勤系统。



序号	部门	员工账号	员工姓名	签到日期	签到时间	签到地点	当日签到汇总
1	销售中心	wangwei	王威	2013年05月11日	17:10:33	中国北京市北京市东城区广内大街80号	
2	销售中心	wangwei	王威	2013年05月11日	18:16:17	中国北京市北京市东城区广内大街80-9号	3
3	销售中心	wangwei	王威	2013年05月11日	19:41:07	中国北京市北京市东城区磁器口大街90号	
4	销售中心	wangwei	王威	2013年05月13日	19:50:55	中国北京市北京市海淀区中关村大街20号	
5	销售中心	wangwei	王威	2013年05月13日	19:52:07	中国北京市北京市海淀区中关村大街4号	2
6	销售中心	wangwei	王威	2013年05月14日	08:55:23	中国北京市北京市东城区冠城名敦道4号楼	
7	销售中心	wangwei	王威	2013年05月14日	09:17:11	中国北京市北京市东城区广内大街39号	7
8	销售中心	wangwei	王威	2013年05月14日	14:17:09	中国北京市北京市海淀区复兴路甲14号	
9	销售中心	wangwei	王威	2013年05月14日	14:23:01	中国北京市北京市海淀区复兴路	
10	销售中心	wangwei	王威	2013年05月14日	14:39:01	中国北京市北京市海淀区复兴路	
11	销售中心	wangwei	王威	2013年05月14日	14:50:40	中国北京市北京市海淀区复兴路	
12	销售中心	wangwei	王威	2013年05月14日	17:16:03	中国北京市北京市东城区水生巷	
13	销售中心	wangwei	王威	2013年05月16日	09:06:47	中国北京市北京市海淀区中关村北二街4号	1
14	销售中心	wangwei	王威	2013年05月17日	08:28:33	中国北京市北京市海淀区中关村东路7号	2

2、移动SNS应用之一——终端销售数据管理

- 1、日事日清，每日小结，每日计划
- 2、日志点评，实现多人多维度对比
- 3、分组管理，后台销售数据导出存档



3、移动SNS应用之一——轻量级SocailCRM

- 1、移动SNS应用是轻量级CRM；
- 2、帮助医药销售代表管理好医生；
- 3、帮助OTC代表管理店员；
- 4、帮助商务代表管理代理商；
- 5、帮助大区经理管理业务员；
- 6、帮助企业总部汇总所有目标医生、店员、经销商用户关系。



罗旭

- 我的客户
- 共享给我的客户**
- 我的客户分组
- 我的客户共享
- 我关注的客户
- 企业客户共享设置
- 企业客户归属调整
- 企业客户操作日志

共享给我的客户(1579)
这些是共享给您的客户列表。

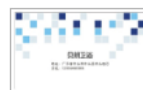
共有1579共享客户

张总 [创建为客户](#) [关注](#) [名片\(0\)](#)

公司名称	好亿家	手机号	13	
性别	未知	邮箱		
部门	无	归属人	刘红燕	
职务	无			

李美燕 [创建为客户](#) [关注](#) [名片\(0\)](#)

公司名称	云南车行天下	手机号	15	
性别	未知	邮箱		
部门	行政部			



郭婉仪 管理部 - 总经理

+ 关注客户

贝朗卫浴

[关联日志](#) [客群信息](#) [客户回复](#) [客户轨迹](#) [客户资料](#) [归属历史](#)

日志类型: [全部](#) [日志](#) [周计划](#) [月计划](#)

业务标签: [全部](#) [联系](#) [拜访](#) [报价](#) [签约](#) [战报](#) [机会](#) [总结](#) [回款](#) [辅导](#)

提示: 该客户是共享给您的客户, 您可以查看该客户的所有关联日志

白世强 - 金公司, 王威 - 日志 - 已点评 ★★★★★

今日工作总结

1) 贝朗卫浴, 周一全体大会已经对平台使用做了要求, 近期可能会分批上线使用平台, 我建议客户要结合管理规范使用, 客户同意, 我已将之前的管理应用方案发送给了对方;

[展开正文 \(共584个字\)](#)

关联客户: 3个客户

业务标签: [联系](#)

以下为直属领导的点评:

王威: 7月份的工作计划做的不错, 关键是执行到位。明天下午沟通 (昨天 23:28, 点评, 来自iPhone)

4、移动SNS应用之一——销售协同支持

- 1、移动SNS应用有PC端，在PC和手机之间可以互相聊天，互传文档；
- 2、移动SNS应用特殊的群组人数可达100人；
- 3、可以实现移动审批功能，多层级批复文件；
- 4、销售代表的移动SNS应用社区化，相互分享客户经验。



5、移动SNS应用之一——终端资源管理



产品陈列、促销、价格、竞品店内活动等，移动SNS应用的扫码、拍摄、录像、语音上传、LBS等功能，完全可以支持。



6、移动SNS应用之一——顾客门店导流

微信会员卡的出现，可以解决什么问题？

1. 帮助企业发行品牌会员卡
2. 已有实物会员卡虚拟化
3. 加强品牌宣传，扩大企业知名度
4. 建立用户和企业的直接沟通，提高用户忠诚度
5. 多样化客户服务方式，提高客服能力减少人力成本
6. 企业位置信息，移动互联时代的全新营销
7. 促销信息及时、精准，降低人力物力投入

All in
微信会员卡

微信会员卡，存在手机里的会员卡



—— 微信会员卡，存在手机里的会员卡



7、移动SNS应用之一——店员教育（病例讨论、医院科室会）

移动SNS应用特别适用于互动式的学习。考虑到医院与药店的压力、交通的拥堵、会场酒店租赁成本的上扬，无论是授课者还是学习者，越来越难以抽出连续的时间进行

“1对1”面授。而移动SNS应用所提供的免费聊天环境，和实时留言，消息推送等功能，让“1对1、多对多、1对多、多对1”的学习，在碎片化时间内完成。而且，互动的效果，往往比面授更好。

每日面试练习

回复数字1

近日，一位清华女生在网络上迅速走红，作为2011年清华大学本科特等奖学金得主，她亮出的成绩单中最低分是95分……对此，请谈谈你的看法。

【参考答案】

从题目的描述中我们可以看出，这位清华女生不仅学习成绩优异，而且有着很强的时间把控能力，她的优秀，再次印证了“天道酬勤”……

>>>详情关注各省省微信

每日行测练习

微信回复数字4

公民不可以对下列哪一情形提起行政诉讼？（）

- A. 对行政拘留不服
- B. 认为行政机关侵犯了法律规定的经营自主权
- C. 对省人民政府制定的规章不服
- D. 认为行政机关没有依法发给抚恤金

回复数字4查看答案

>>>详情关注各省省微信

每日常识积累

微信回复数字3

- 1、康熙皇帝的庙号是：圣祖
- 2、西游记中的火焰山是今天的：吐鲁番盆地
- 3、吴敬梓是哪本名著的作者？《儒林外史》
- 4、评剧起源于：北京农村流行的“对口莲花落”
- 5、菜汤上浮着一层油会使菜汤凉得：更慢

>>>详情关注各省省微信



山东中公教育官方微信帐号：[offcnsd](#)



推送最新的山东
公职类考试信息



提供合理化的
备考方法、建议



实时与考生互动
有问必答

欢迎加入山东中公教育频道 最权威公职类考试备考平台伴您成公!

- 回复数字1，查看最新招考资讯
- 回复数字2，天天向上每日一练
- 回复数字3，查看最新辅导课程时间安排
- 回复数字4，查看最近YY公开课安排
- 回复数字5，相关辅导课程咨询
- 回复数字6，名师的声音，李永新，李国斌，吴红民为您提供权威的备考指导
- 回复数字7，山东中公教育联系地址及电话
- 回复数字8，娱乐天地，K歌吧
- 回复数字9，公考学习资料、视频链接密码
- 回复地市名称，查看当地分校地址及联系方式
- 课程咨询、预约报名，请发送姓名+手机号码+班次名称；政策答疑、学员“爆料”，请直接留言！
- 同时，我们也会主动推送微信信息，让您时时刻刻把握住机会。还在等什么？拿起您的手机，赶快行动吧！
- 更多详细信息请关注[山东中公教育网站](#)

8、移动SNS之一——推送医生（店员）自媒体

- 1、推送医生自媒体；
- 2、推送医院自媒体；
- 3、推送店员自媒体；
- 4、推送门店自媒体、



第二部分、“PC+移动SNS应用”与销售管理

- 1、“PC+移动端”销售管理数据模式
- 2、销售代表“移动SNS+PC端”发送审批日志
- 3、销售代表“移动SNS+PC端”发送销售日志
- 4、“移动SNS+PC端”分享工作经验
- 5、总部或大区给销售代表下达指令

1、“PC+移动端”销售管理数据模式

发条[分享]给同事吧，
你可以随意附加图片、
声音等，与客户的合影，
销售技巧的干货...什么
都行，团队定会有所收
获！

如果想让谁看见就@下
ta，想分享的[同事范
围]你来定，重要信息
就打个勾[短信]给ta吧



2、销售代表“移动SNS+PC端”发送审批日志

请假、报销都可以在这里完成，平台有留存，不用担心。



3、销售代表“移动SNS+PC端”发送销售日志

写今天的
[日志]总结
下工作，
还可[关联
客户]，相
关日志都
可以调阅，
客户服务的
过程也有
迹可寻。



4、“移动SNS+PC端”分享工作经验

设置您的个性信息

分享工作

撰写日志

下达指令

发送审批

日程管理

待办事



分享工作

别小看这些图标，他们很小很强大喔

-  无限制张数的图片
-  快速上传附件
-  30秒的录音
-  加#建话题便于检索
-  发起投票
-  重要信息还能加密

5、总部或大区给销售代表下达指令

重要工作需要下属或上级关注，
给**发指令**吧，
还可设置事中短信提醒，
不会再怕他忘了。

The screenshot displays the '发指令' (Issue Instruction) interface on the Facishare platform. The interface includes a navigation bar with '工作管理' (Work Management) and '发指令' (Issue Instruction) tabs. A user profile for '张海波' (Zhang Haibo) is visible on the left. The main content area contains a form with the following fields:

- 1. 选择指令执行人: + 选择指令执行人
- 2. 选择指令完成时间: 选择日期 | 选择时间
- 3. 事中短信提醒次数: 不提醒 提醒一次 提醒两次 提醒三次

At the bottom of the form, there is a section for '选择提醒范围' (Select reminder scope) with a dropdown menu. A callout box highlights the '3. 事中短信提醒次数' (In-process SMS reminder frequency) section, and a separate callout box at the bottom of the image provides a detailed view of the radio button options: 不提醒 提醒一次 提醒两次 提醒三次.

下达 **指令**

三、“微”病例讨论、科室会、店员教育案例分享

1、“微”病例讨论：

六大版块内容概览



专家热议

- ① 话题专家讨论
- ② 图文发布产品及疾病相关知识



病例展示

- ① 每日更新病例
- ② 投票按钮
- ③ 病例下载



排行榜

- ① 病例编号、标题、票数
- ② 每日更新



最新资讯

- ① 图文形式展示速乐消学术活动精彩内容及照片
- ② 医生转发图文消息号召亲友团拉票
- ③ 公布投票最终结果
- ④ 总结会通知
- ⑤ 2014预告



学术查询

- ① “术中、术后出血”防控学术信息关键字Q&A
- ② 产品信息Q&A自助查询



帮助

- ① 活动规则
- ② 注册链接
- ③ 问卷调查



2、“微”医院科室会：

- 跨时空签到：不在现场，一样可以参加签到；
- 碎片化参会：不在现场，一样可以参加会议；
- 跨层级互动：帮助医生直接与药企学术高层互动，获得更加专业的学术支持；
- 超级存贮：把药企的微信公众账号后台，作为自己的资料库，随时调取查阅；
- 医生社区化：通过微信手机端“群”参会，建立医生的强关系链，与更多同行交流；
- 积分与奖励：签到、听课、提问、互动皆有积分，换取奖励。



3、“微”店员社区：



本文总结

移动社交时代——：

- 1、从稽查销售代表，转型为支持销售代表开展工作；
- 2、从企业内部社区化协作，迈向企业外围社交关系链建设。

