



**有些事情就像一层纸一样，  
捅破以前，眼前一片茫然；一  
旦捅破，美好的未来就在眼前。  
打破现状吧！**

**——老鬼**



# 线下品牌“线上化”运营策略

药品网络营销，从品牌分销开始



## 回顾：

1、08年11月开始，呼吁广东医药零售企业关注网络零售模式。

（八百方平台）

2、12年09月开始，呼吁全国医药工业企业关注网络零售模式。

（快货）



## **未来趋势：**

- 1、1年内，3个核心指标试点
- 2、2年内，药品网络零售放开
- 3、3年内，药品网络批发成熟

届时，医药流通模式会被彻底颠覆。医保、处方、政策会更大力度支持。网络渠道发展“倒逼”制药企业的传统流通结构，品规、价格、渠道会由乱而新，由新而治。



## **第一个观点：线下品牌为何需要线上布局？**

- 1、线下品牌的定义（成熟品牌、成长品牌、新品牌）**
- 2、线下品牌做过什么？（教育和推广）**
- 3、线上布局的意义何在（深化教育、拦截竞品、扩大服务）**



## 第二个观点：品牌线上化如何开局更有力？

- 1、分销与直营的区别（专业分销比专业团队更有利）
- 2、研究并区别化终端（强调终端示范作用）
- 3、竞品研究的重要性（竞品研究是策略根基）
- 4、专业维护与持续性（学术支持与人群研究是核心）



## **第三个观点：线上运营的连续性要求**

- 1、渠道竞争环境变化加快（品类越来越大，竞品越来越多）**
- 2、互联网推广的变化加快（互联网信息的充分整合与发布，提升了推广的有效性要求）**
- 3、终端特性实力变化加快（终端的变化会彻底影响前期基础）**
- 4、只有连续性的运营才能适应渠道变化**



## **第四个观点：线上零售的特点和要求？**

- 1、品类多、任务重、做不细**
- 2、团队新、策略少、变化快**
- 3、资金少、账期长、风险大**
- 4、重推广、缺持续、看毛利**





## 第五个观点：线上推广的基础性工作？

- 1、品规与渠道区隔仍然是重点  
(渠道专业品规是现阶段有效措施)
- 2、重视互联网推广仍然是主题  
(医药互联网全推广时代来临)
- 3、价格维护与窜货管理换思路  
(窜货成常态，价格维护阶段性、空间性)
- 4、充分竞争会加快品类的细分  
(竞争模糊性让同质化现象更明显)



**谢谢大家！**

**廖光会**  
**广州快货电子商务有限公司**  
**医药品牌线上运营商**

**电话：185 888 42024**  
**微信：liao185888**