

# 互联网+背景下 医药电商的“新”机遇与冷思考



- ✓ 缘起：一家传统企业的创新时代
- ✓ 双11，不一样的竞争，我的对手是谁？
- ✓ 做大做强的迷失，与不忘初心的回归
- ✓ 合作不是可选项，而是必选项
- ✓ 用户思维：解开所有问题的钥匙

## ■ 医药企业做电商的几种常见心态

- ✓ 不见兔子不撒鹰，等等看
- ✓ 靠自己搞定一切
- ✓ 求稳定，怕犯错
- ✓ 不重视人才和团队
- ✓ 害怕触及眼前利益，舍不得瓶瓶罐罐
- ✓ 投机、速胜、希望走捷径
- ✓ 受害者心态

## □ 用户思维

- ✓ 价值判断和商业逻辑涉及，从用户价值开始
  - 企业对于用户的核心价值是什么？
  - 如何去强化这一价值？
- ✓ 场景化
- ✓ 如何引导用户：需求决定供给，还是供给决定需求？

□ 选对伙伴

- ✓ 理解业务生态系统
- ✓ 只做自己擅长的事儿，并做到极致
- ✓ 戒除多方押宝的投机做法，建立长期命运共同体

□ 打造团队

- ✓ 团队是最大的投资
- ✓ 阿里的激励机制
- ✓ 组织和文化
- ✓ “黄埔军校” 不是荣誉

- 看到新市场：全行业、全球化视野
- ✓ 刚需问题（质量的竞争：体验质量。痛点与痒点）
- ✓ 国际市场与农村市场（探索世界：其大也无穷，其小也无穷）
- ✓ 阿里：蓝胖子的任意门

## ■ 应该怎么做

- 行动、行动、行动
- ✓ 开枪和瞄准
- ✓ 试错比做对重要
- ✓ 快速迭代



## ■ 应该避免做什么

- 醉心于规划“互联网战略”、寻找“业务模式”
  - ✓ “互联网战略”和“业务模式”是个伪命题
  - ✓ 边行动，边思考，战略来自于战术实践
  - ✓ 入司三年内别谈战略

## ■ 应该避免做什么

### □ 频繁参加各类会议

- ✓ 互联网时代，时间是最稀缺的资源
- ✓ 被一套理论武装起来的可怕之处
- ✓ 独立思考，深入交流，抓住细节

## □ 关于O2O

- ✓ 摒弃渠道思维，换上用户思维
- ✓ 常被拿出来说说线上渠道不如线下渠道的几个事儿：
  - 不能卖处方药
  - 不能医保报销（13.2%，1.62倍，3.2万亿）
- ✓ 美国经验（30%，50%，70%）
- ✓ 药学服务（远程医疗、大数据带来的革命）

## □ 关于“医”

- ✓ 医药不分家，医药要分家
- ✓ 分与合，要先搞清楚两个问题：
  - 谁消费，谁埋单
  - 利益纠结在哪里
  - 利益最复杂，利益也最简单
- ✓ 解决体系的问题，要从体系外找支点，但又不能脱离体系（把自己拉离地面）

□ “云” 和 “大数据”

- ✓ 大数据和海量数据的区别（异构数据）
- ✓ 涌现（蜂群效应）
- ✓ 运算能力（universal library 大千图书馆）
- ✓ 数字化生存（融合，生态圈）

这是最好的时代，这是最坏的时代；  
这是智慧的时代，这是愚蠢的时代；  
这是信仰的时期，这是怀疑的时期；  
这是光明的季节，这是黑暗的季节；  
这是希望之春，这是失望之冬；  
人们面前应有尽有，人们面前一无所有；  
人们正在直登天堂，人们正在直下地狱……

----查尔斯·狄更斯《双城记》