

信息化环境下的医药市场营销策略

陈秀萍

(浙江仙琚制药股份有限公司, 浙江 杭州 317300)

摘要: 随着网络技术的不断发展, 医药市场的营销环境发生了巨大的变化, 便捷的操作、高效的传播大大提升了市场营销的效率。本文就信息化环境为医药市场营销带来的发展机遇进行分析, 指出当前我国医药市场的发展现状, 针对性的提出信息化环境下的医药市场营销的发展策略, 以期为医药企业的发展提供助力, 更好地促进医药行业的发展。

关键词: 信息时代; 医药市场; 营销

0 引言

进入信息时代, 社会生活的许多方面都产生了重要的变化, 对市场营销而言更是如此, 网络技术大大提升了信息传播的速度, 拓展了信息传播的渠道, 为市场营销的发展带来了巨大的机遇。对我国的医药市场营销而言, 要抓住机遇, 及时的转变营销的理念, 采用更加合理有效的策略, 使医药市场营销能够与时代的发展更加契合, 提升医药市场营销的质量和水平。

1 信息化环境为医药市场营销带来影响

信息化环境下, 医药企业能够有效的降低营销的成本、拓宽与客户沟通的渠道、降低市场的壁垒, 这为医药企业的发展带来巨大的发展机遇, 同时也使医药企业面临的市场竞争更大。消费者和客户在更加清晰透明的环境下, 能够获取更多的信息, 并且可选择性也越强。如何能够在激烈的竞争中站稳脚跟, 不断地提升自身的核心竞争力, 对于医药企业而言是关系未来发展的重要问题。具体而言, 信息化环境为医药市场营销带来影响主要有以下几点。

1.1 有利于降低营销的成本

信息的传播需要一定的条件, 在过去, 信息的流通不畅, 想要取得一定的营销效果需要大量的人力、物力、财力的投入, 这就需要企业有一定的经济实力, 对企业的要求比较高。现代信息技术的不断发展, 新媒体渠道的不断拓展, 各项自媒体平台的活跃, 信息传播具有前所未有的畅通环境。在信息化的环境下进行市场营销, 企业不再需要投入大量的资金进行产品目录、产品介绍等方面的纸质材料的印刷和邮寄, 不仅节省了一部分开支, 而且能够随时更新, 这种信息环境之下, 有利于降低市场营销的成本^[1]。

1.2 有利于拓宽与客户沟通的渠道

受限于一定的时间和空间, 在传统的营销活动开展时, 营销人员与客户之间的沟通是不到位的, 并且在与客户进行沟通与交流时, 出于成本和条件的限制, 对客户了解往往比较笼统、概括, 企业只能针对大部分客户的需求进行满足, 客户的体验感和满意度不强。而在信息化的环境下, 在互联网、大数据的技术支撑之下, 个性化、定制化的服务成为可能, 企业在服务客户的过程中, 时间、空间的限制被进一步打破, 及时有效的互动, 使每位客户的需求得到最大程度上的满足, 客户的满意度得以提升, 有利于长期的合作, 有效的促进了共赢局面的形成。

1.3 有利于降低市场的壁垒, 促进公平竞争

竞争是任何时代、任何行业都不可避免的一个重要问题, 在传统的市场营销中, 中小企业与大企业相比, 在资源的占有上处于弱势地位, 在竞争的过程中, 由于不同国家和地区的语言、文化、运输等方面的不同, 具有一定的地方市场壁垒, 市场壁垒的出现不利于企业的公平竞争, 长远发展。信息化环境使得市场营销环境更加开放和多元, 即使是中小企业, 如果运营得当, 创新力强, 也能够吸引大量的客户, 信息化的环境使得竞争市场更加的规范化、多元化、公平化。同时也为传统的医药企业提出了很大的挑战, 医药企业之间竞争的范围和领域也更加广阔, 这就要求医药企业不断的提升自身的实力, 从产品、渠道、营销、管理、人才等方面入手, 增强自身的核心竞争力, 抓住机遇、迎接挑战, 实现企业新的发展^[2]。

2 信息化环境下的医药市场营销的发展策略

2.1 价格方面, 通过效率提升降低成本

价格对于产品的销量具有重要影响, 在新的市场环境之下, 仙琚制药作为面向国际市场的制药集团, 在制定价格时要将公司的营销战略、品牌的定位、出口国家的政治政策、经济政策等各方因素进行综合考虑^[3]。一方面要保证利润, 另一方面, 也要切合国际市场的经济承受力, 并且要能够在性价比方面对竞品形成优势, 这就需要公司的价格执行部门对市场的信息足够敏感, 在信息化时代, 信息的收集和获取更加便捷, 公司内部的价格执行部门要充分利用这一优势, 在原创的研发产品入市初期, 可以采用撇脂定价的策略, 快速回收成本。并且通过加强对于企业内部生产员工的培训, 来加强品控。引用先进的设备, 实现公司的提产增效, 对公司进行严格的成本控制, 建立以合规为基础的综合成本管控体系。另外需要对公司的产品体系进行调整, 加大对于新产品的开发。

2.2 渠道方面, 与国外药企OEC联合

与国外很多国家相比, 我国的劳动力成本比较低, 并且技术成熟, 这是我国的重要的人口红利。初期我国制药企业的生产能力比较低, 但是随着技术的不断发展, 以及GMP认证, 使大量的外资药企在中国进行生产外包^[4]。在信息化时代下, 药企要积极的与国外的药企OEC进行联合, 进一步拓展自身在海外的市场空间。

另外, 还要完善质量管理体系, 做好药证注册工作, 取得海外市场准入资质, 通过海外客户现场审计, 以抢先占领海外市场, 与海外客户建立长期稳定的合作关系, 对企业未来发展

空间的提升有着至关重要的作用。

2.3 网络营销, 创新医药市场营销模式

信息化的环境下, 医药市场营销必须要顺应时代发展的潮流, 在符合相关法律法规的前提下, 根据电商医药销售的政策, 运营自身企业的网络营销。针对国内制剂产品, 医药企业要善于运用新型的营销方式, 可以采用电子商务与连锁经营相结合的形式开展网络营销。首先医药企业要加强自己网站的建设, 在网站上放置内容生动、详实的产品说明, 使消费者能够通过浏览网站获得相应的产品信息, 消费者可以在网站直接下单, 购买, 商家接收到订单后就联系物流进行发货, 将产品送达到消费者手中, 同时拓展“线上诊疗”“C2B”销售平台等, 实现线上线下同步发展。在这一过程中要提升服务质量, 做好网上的客户服务, 使消费者获得良好的购物体验。其次, 将网站与零售药店合作, 网站能够对合作的药店进行定期的推广、设计相应的营销活动, 提升药店的知名度和销量, 在这一过程中, 要尤其注意对合作商家的资格审查, 严格的检查、认真的贯彻, 提升合作商家的质量。

2.4 人才方面, 构建完善的人才团队

在信息化的时代背景之下, 药企的发展离不开专业的营销团队和市场人才, 人才是企业的第一资源和重要的核心竞争力, 药企不仅能够吸引优秀的人才, 同时也要能够留得住优质人才, 建立健全留人机制。帮助药企内部的营销人员实现现实和长远的预期收益目标, 提升岗位的吸引力, 提升公司内部人员待遇, 可以推行一些有效的措施, 例如推出员工持股计划等, 药企想要进一步实现发展, 必须在人才培养、人力资源管理方面下功夫, 使员工的价值得到进一步的彰显, 促进药企的

健康、持续发展。同时要完善企业内部各个部门的职责分布, 培养全员销售意识和绩效考核体系, 在绩效考核体系中可以引入KPI考核指标平均回款率、发货率、退货率、货物保障、红票等, 在企业内部搭建起高效的信息化管理平台, 通过网络技术、信息技术提升企业内部生产、经营、管理、决策的效率。信息化管理平台的建立能够有效地实现销售数据信息化、经营管理信息化, 使企业的经济效益和竞争力得以提升。

3 结语

信息化环境之下, 能够有效地降低企业的营销成本、有利于拓宽与客户沟通的渠道, 并且能够打破市场的壁垒, 促进公平竞争。我国医药市场正处于结构性调整的关键期, 具有相当强的发展潜力, 在发展的过程中, 要抓住机遇, 迎接挑战, 通过在产品、价格、渠道、人才建设等方面下功夫, 提升企业的发展效益。另外需要注意的是, 医药事关国民健康的重要行业, 在发展的过程中, 医药行业和医药企业必须始终将药品的质量放在首位, 为全民的健康事业服务^[5]。

参考文献

- [1] 张静.信息时代下的医药市场营销策略研究[J].新商务周刊, 2019(12):291.
- [2] 孙博.新环境下医药市场营销策略及发展趋向研究[J].商业故事, 2016(39):39.
- [3] 毕承华.信息时代下的医药市场营销策略研究[J].临床医药文献电子杂志, 2019(3):200.
- [4] 陈江会.信息化环境下的市场营销创新模式研究[J].山西农经, 2017(7):97.
- [5] 张萍.中国电信医疗行业信息化应用市场营销策略研究[D].对外经济贸易大学, 2010.

(上接第262页)

自身目前发展所存在的问题, 并及时的进行改正, 让企业可以有一个良好的发展环境^[3]。会计工作人员在进行工作时可以把传统的方式和会计信息化的方式进行有效地结合, 提升工作质量和工作效率, 充分发挥会计信息化的作用, 在企业进行重要决策时可以给予必要的帮助, 提供企业内外部环境的信息让企业进行有效参考, 促进企业的经济发展。

3.2 创建健康的信息环境

在日常工作中要及时对各类办公软件或者设备进行维护和修补, 要定期对电脑进行杀毒和升级, 确保办公软件的稳定性, 使会计信息可以在有效的范围内进行共享。要及时对公司的账号进行维护, 并对权限进行分类、分级管理, 在分级管理时要分清每个账号所拥有的权限, 对于公司的数据进行加密处理, 常用的账号要定期进行密码的更换, 对长期不用的系统账号进行注销, 防止因为账号的问题造成公司数据被盗。完善公司内部的管理制度, 提升工作人员的工作能力和职业素养, 定期对工作人员进行培训, 并让工作人员充分地了解相关职业的法律法规, 使工作人员可以有良好的职业道德和综合素质, 从根源处保护企业的数据信息安全。

3.3 选择合适的信息软件

由于互联网的快速发展, 使社会各行各业都在全面推进

信息化系统的应用。企业需根据自身的发展情况和未来的发展目标, 来进行信息软件的选用。由于现在信息软件种类繁多, 各类会计信息系统无数, 因此企业在进行软件选择时, 要考虑选择办公软件的类型和为企业解决问题, 在列举清单中根据自身情况进行排查, 找到最合适的软件。为了确保后期使用过程中的稳定性, 企业在进行选择时, 可以选择具有高度IT专业技术团队的供应商, 确保供应商有优异的技术水平和服务质量, 能在第一时间为企业解决软件问题。

4 结语

综上所述, 会计信息化的广泛应用可以提升工作人员的工作效率, 改变传统的核算方式, 促进会计务实的不断发展。相关工作人员在会计信息化发展过程中需要注意进行总结和分析、创新和改进, 使会计信息化可以更稳定的为企业和群众带来帮助。

参考文献

- [1] 刘启健,李妍,朱滢如,等.会计信息化对会计实务的影响与对策探析[J].中国集体经济, 2021(3):123-124.
- [2] 郭法远.会计信息化对会计实务的影响与对策[J].中国总会计师, 2020(10):86-87.
- [3] 余艳霞.会计信息化对会计实务的影响及对策分析[J].企业改革与管理, 2020(19):197-198.