

المقدمة:

يعتبر فهم احتياجات عملاء شركات الأدوية من الأمور الأساسية عند التطرق لموضوع التسويق الدوائي. ففي العصر الحالي، لا يمتلك الأطباء الكثير من الوقت، حيث أنهم غارقون في كميات هائلة من المعلومات والأنشطة الترويجية والرسائل التي تتلقاها صناعة الأدوية. ومن هنا، يصبح من الضروري التخطيط لطرق فعالة للوصول إلى الأطباء في زمن تتغير فيه أساليب الممارسة الطبية. تركز هذه الدورة التدريبية على تطوير مهارات التواصل الأساسية اللازمة للتعامل بكفاءة وفعالية مع الأطباء، سواء في معالجة البيانات الطبية أو التجريبية المعقدة. كما تتناول الدورة كيفية فهم وتحليل بيانات التجارب الطبية والعوامل المؤثرة في اختيار الأطباء للعلاج، بالإضافة إلى استعراض بعض ملفات حياة الأطباء الأكثر شهرة وتوضيح التحديات الصعبة التي واجهوها في حياتهم المهنية.

الفئات المستهدفة:

- الأفراد المسؤولين عن الشؤون الطبية والدوائية، وكذلك التسويق والمبيعات الميدانية.
- كل من يستخدم تقنيات التواصل الفعالة للتفاعل مع مختصي الرعاية الصحية.
- أي شخص يرغب في تطوير مهاراته وخبراته في هذا المجال.

الأهداف التدريبية:

بنهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

1. تطبيق مهارات التواصل الأكثر تأثيراً عند التعامل مع الفئات المستهدفة.
2. فهم شخصيات الأطباء استناداً إلى خلفياتهم التعليمية والثقافية، بالإضافة إلى أساليبهم الطبية وأنماط تفكيرهم.
3. تحليل نقاط القوة والضعف في البيانات الإحصائية من التجارب الطبية.
4. تحديد العوامل التي تؤثر في قرارات الأطباء فيما يخص اختيار العلاجات.
5. إعداد مواد تسويقية وتنظيم فعاليات ترويجية للمنتجات الصيدلانية.

الكفاءات المستهدفة:

- الاستدلال الإحصائي العملي.
- مهارات التواصل الفعال.
- فهم علم النفس المتعلق بالعملاء.
- وضع استراتيجيات مبيعات فعالة.

• تطوير استراتيجيات تسويقية مدروسة.

محتوى الدورة.

الوحدة الأولى: إحصائيات الأطباء - ما الذي يجب معرفته؟

• نظرة عامة على المادة العلمية

• أسئلة وأجوبة بناءً على الأدلة

• تطبيقات وسائل الدراسة المختلفة:

0 الآراء وتحليل الميّا

0 التحليلات الرجعية

0 تحليلات المجموعات الفرعية

0 الدراسات الملاحظة

0 التجارب الطبية

• تفاصيل التجربة

• تقديم البيانات

• الإحصائيات للطبيب

• بحوث تطبيقية على الممارسات

الوحدة الثانية: التواصل مع الأطباء:

• أساسيات التواصل

• أساليب الاتصال المتنوعة

• اكتشاف أسلوب التواصل الأنسب مع الطبيب

• تجاوز منهجية "مقاس واحد يناسب الجميع"

• التفريق بين الرسالة الترويجية والرسالة الطبية

الوحدة الثالثة: شخصيات الأطباء المختلفة والتحديات:

- فن الملاحظة
- كيفية إيصال الرسالة بفعالية
- التأثير الكبير في وقت محدود
- بناء أسس التواصل
- معالجة المخاوف
- الرد على الأسئلة المختلفة وأعراضها
- تحديد ما يجب قوله ومتى

الوحدة الرابعة: العوامل المؤثرة في اختيار العلاج:

- وجهات نظر الأطباء المتنوعة
- شخصيات الأطباء المختلفة
- كيفية معالجة المشكلات
- تقديم البيانات
- الأسئلة المزجة والاقتراحات العملية
- تسهيل الوصول إلى الحلول العلاجية

الوحدة الخامسة: التسويق وترويج الفعاليات:

- تنوع الفعاليات وأعراضها المختلفة
- اختيار الفئة المستهدفة المناسبة
- التنسيق مع المتحدثين والحضور
- ضمان الفائدة العلمية للفعاليات
- نقل الرسالة مع الحفاظ على المعايير التعليمية والأخلاقية العالية.



**TRINOVA TRAINING
AND CONSULTING**

