

5. تقديم الحملة إلى شبكة مندوبي الدعاية :

تقديم الإستراتيجية الإعلامية إلى مندوبي الدعاية الطبية الغرض منه :

- 1) جعل المندوب العلمي يفهم بشكل واضح منطق الإعلام وإستراتيجيته .
- 2) إقناعه بجودة الإعلام المقترح .
- 3) تنشيطه بهدف وضعه على الطريق الصحيح لإنجاح الحملة الإعلامية .

وحتى يكون هناك استمرار بمعرفة المعلومات يجب تزويد المندوبين بوثيقة أو كتيب صغير لتذكيرهم بالواجبات الضرورية ويجب أن يحوي:

1. معرفة المنافسين مقرونة بوثائق كتابية .
2. أغراض الحملة الإعلامية (كمية و نوعية) .
3. توجه المنتج .
4. استراتيجية الإعلام .
5. محاور الإعلام و منطقته .
6. صورة عن تقانات البيع (بوسترات) .
7. تفضيل الانتقال من محور للآخر .
8. عناصر التخفيض (البونس – الحسم) .
9. الأغراض الأساسية و الإجابة عليها .
10. أهم الإجراءات من مناطق الإعلام .

جدول ملخص للحملة

المرحلة	محتويات المرحلة
الأسبوع (1)	إثبات و التحقق من التوجه ، بناء معادلة الحملة ، أغراض الحملة ، إستراتيجية الإعلام ، محاور الإعلام ، إثبات محاور الإعلام (التحقق منها) ، المناقشة مع طبيب المستحضر .
الأسبوع (2,3)	إجراءات في الوسط المحيط ، عناصر حسم و بونس ، نشرات ، ندوات ، تسويق مباشر ، منطقة الإعلام : بداية جيدة تشد الطبيب ، متابعة المحاور ، الربط من أجل الانطلاق من محور لآخر – خلاصة .
الأسبوع (4)	المرور إلى المكتب الإعلامي (المتخصص)
الأسبوع (7)	عودة إلى المكتب الإعلامي و التحقق من الإعلام . هل هو منطقي ، هل المحاور موجودة .
الأسبوع (9)	اختبار الإعلام : اختبار الحملة أو دليل الزيارة بالتعاون مع مديري التسويق في المناطق .
الأسبوع (10)	خلاصة الاختبار : عودة إلى الأسبوع (4) ، اختبار واعد ، بعض التفاصيل التي تحتاج للعمل من جديد ، إنهاء الاختبار .
الأسبوع (15)	التقديم لشبكة مندوبي الدعاية الطبية ، كتيب الحملة .

ثالثاً : المكاتب الإعلامية الخاصة

1. مقدمة: جهتان تهتمان بتسويق المستحضر الدوائي

- الدائرة التجارية : تسويق المنتج .
- مكتب الإعلام : تحسين إبداعات عن المستحضر للزبون (طبيب - صيدلاني) .

ويجب أن تكون العلاقة وثيقة أساسها الوضوح و الصراحة .

إذا رأى المسوق (التجارية) ضرورة لوجود إعلام دوائي عن مستحضره يطرح ما يلي :

- أين يبدأ وأين ينتهي دور المكتب .
- ما هو دور الدائرة التجارية (المسوق) .
- ما هو المطلوب من المكتب الإعلامي .
- في أي مرحلة يتدخل مكتب الإعلام .

2. في حال اللجوء إلى مكتب الإعلام (اجتماع المكتب) :

أ- من يحضر اجتماع المكتب:

من المعمل : مسؤول التسويق (التجاري) + طبيب المعمل للمستحضر + المدير التجاري السابق .

من المكتب : المندوب المسؤول عن المستحضر + طبيب المكتب + الفني الذي يحضر إضبارة المستحضر .

ب- جدول أعمال الاجتماع : شرح وتقديم المستحضر و عدم نسيان أي بند ضروري للإعلام .

ت- تقديم معلومات عن السوق : حجم السوق - عدد المنافسين - حجم العمل بالإنتاج مقدراً بالعبوات - المعامل المنافسة - تحليل موثوق للسوق (بيانات مطبوعة) .