



Дирекция по оптовым продажам: +7 (495) 609-63-33, +7 (495) 609-63-86

[Купить в розницу](#)

[О компании](#) [Новости](#) [Каталог](#) [Оптовым клиентам](#) [Контакты](#) [Личный кабинет](#)

• [Новости ОРТОРЫНКА](#)

• Архив новостей

- [2022](#)
- [2023](#)
- [2024](#)
- [2021](#)
- [2020](#)
- [2019](#)
- [2018](#)
- [2017](#)
- [2016](#)
- [2015](#)
- [2014](#)
- [2013](#)
- [2012](#)
- [2011](#)
- [2010](#)
- [2009](#)
- [2008](#)
- [2007](#)
- [2006](#)
- [2005](#)

[Наши новинки](#)

[Каталог](#)

[продукции](#)

[НИКАМЕД](#) | [Новости ОРТОРЫНКА](#) | [2017](#) | V ЕЖЕГОДНОЕ ЦИКЛОВОЕ СОВЕЩАНИЕ КОМПАНИИ НИКАМЕД «Управление по целям - эффективный инструмент медицинского продвижения, как основного драйвера роста рецептурного трафика в ортопедические салоны»

**V ЕЖЕГОДНОЕ ЦИКЛОВОЕ СОВЕЩАНИЕ КОМПАНИИ
НИКАМЕД «Управление по целям - эффективный
инструмент медицинского продвижения, как основного**

драйвера роста рецептурного трафика в ортопедические салоны»



21-25 августа состоялось V Ежегодное Цикловое совещание компании НИКАМЕД по медицинскому продвижению. Целью совещания стало подведение итогов 1-го полугодия и представление Цикловой стратегии и тактики медицинского продвижения компании НИКАМЕД на 2-е полугодие 2017 года, а так же повышение эффективности и компетенций управленческого состава в канале медицинского продвижения.



«В этот раз мы приняли решение реализовать новый формат Циклового совещания, который максимально сфокусирован на обучении и подготовке управленцев территорий – региональных менеджеров и медицинских экспертов. Это позволит более эффективно управлять медицинским продвижением в территориях и успешно выполнить поставленные цели и задачи. А цели у нас – амбициозные: во втором полугодии мы планируем совместно с региональными медицинскими представителями сделать мощный рывок и обеспечить рост продаж в канале медицинского продвижения на уровне 40%», - пояснила Ольга Новикова, директор по медицинскому маркетингу компании НИКАМЕД.



Для достижения поставленных коммерческих целей, в рамках Цикловой стратегии и тактики на второе полугодие 2017 года, определены продуктовые мишени визитной активности, разработаны маркетинговые инструменты поддержки рецептурных продаж, подготовлены региональные медицинские программы с участием федеральных и региональных «лидеров мнений», медицинских советников и бренд-менеджеров НИКАМЕД.



Тренеры Корпоративного Университета НИКАМЕД на примере специально разработанных кейсов совместно с региональными менеджерами и медицинскими экспертами отработывали навыки управления территориями по поставленным целям.



«Цикловое совещание в августе стало стартом нового сезона активного медицинского продвижения. Следующим обязательным шагом является передача цикловой стратегии и тактики медицинским представителям наших партнеров в формате региональных мини - Цикловых совещаний», - отметила директор по медицинскому маркетингу компании НИКАМЕД Ольга Новикова.



