

气液专刊，让中国每个药房店员和诊所医生都对太极藿香留下刻骨铭心的爱。

②、在全国各省会城市确定 1000 万名目标驾驶员，在 2019 年 6 月 1 日前给每个驾驶员赠送一盒 2 支装藿香正气液赠品、一罐太极水、一瓶太极乌发露（50g），一份医药导报专刊（综合专刊：藿香正气液解暑、太极水降尿酸、太极乌发露去屑防脱发），让 1000 万名驾驶员天天与藿香为伴，相守到老。

（5）继续开展百万例真实世界研究 20 万例，开发诊所和基层医疗机构 10 万家。

2、用智能化深入开展“双百”工程，实现终端增量 30%

（1）制定“双百”拜访行为规范，并开展线上视频培训，全面提高终端拜访质量，“双百”终端每人每周拜访 30 家。

（2）开展销售人员培训线上学习互动课程，提高销售人员终端客情维护、陈列技巧。

（3）推进 YD 进、销、存模块管理，促进终端精准动销。

3、深入创新学术营销

（1）与“药信”、“杏林学堂”等 YD 店员培训系统合作，开设 A3 学术讲堂、联合用药、推荐技巧等专题培训模块，线上线下结合开展店员培训工程。

（2）以 2019 中国肿瘤学大会（重庆）的召开为契机，推动 M5 产品的学术营销工作上台阶。

（3）继续组织 M1 安全合理用药会议。

（4）与中国乡村医师协会合作，开展急支糖浆止咳更治咳的基层学术活动。