# 行銷提案

彥臣生技藥品股份有限公司

# 彥臣的問題分析

## 銷售通路不多

- 配合的傳統藥局 不多 (全台僅有175家藥局)
- 對藥師教育訓練不足

## 產品定位太窄或不清

- 糖尿病病友專用?
- 是否有其他可能潛在TA?

## 價格太高

- 終端價格太高
- 給藥師利潤不夠或不好推

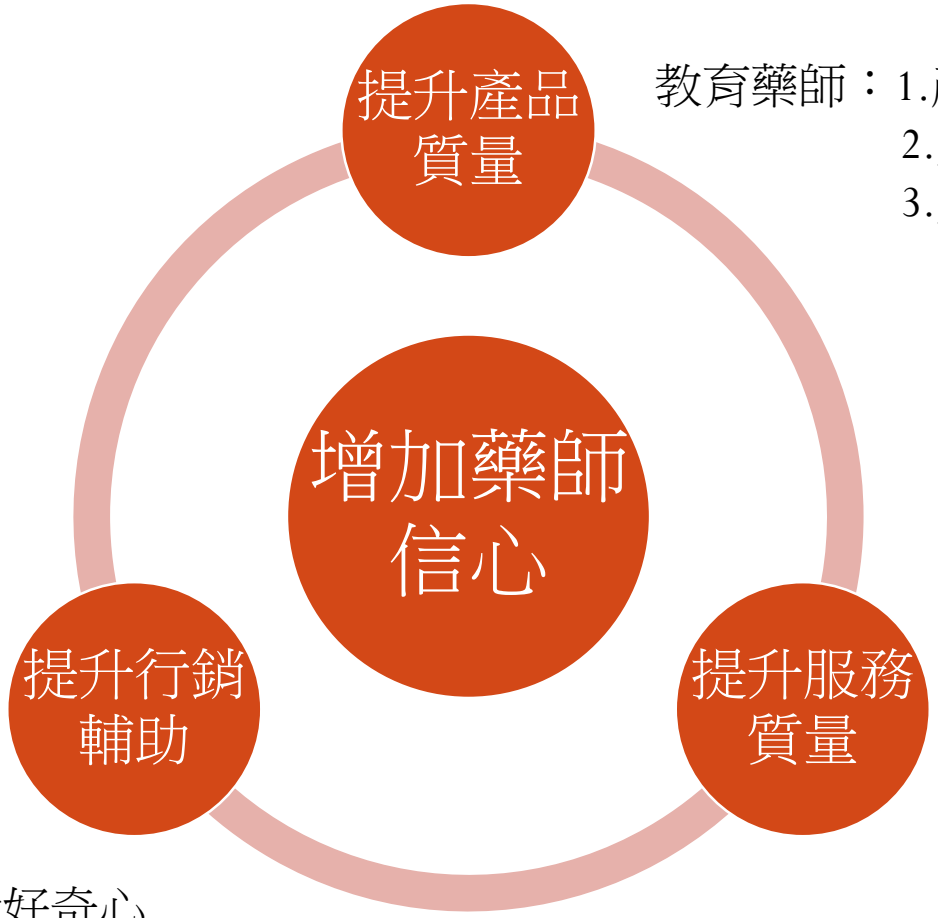
## 行銷太少

- 行銷輔具不夠
- 行銷活動不足

藥師是我們最好的業務，如何透過不同的業務&行銷整合模式，達成對彥臣的信心。

# 解決方法

如何在維持一定的定價之外，增加藥師的信心，進而推薦彥臣的產品。就由藥師本身試用推薦作起~

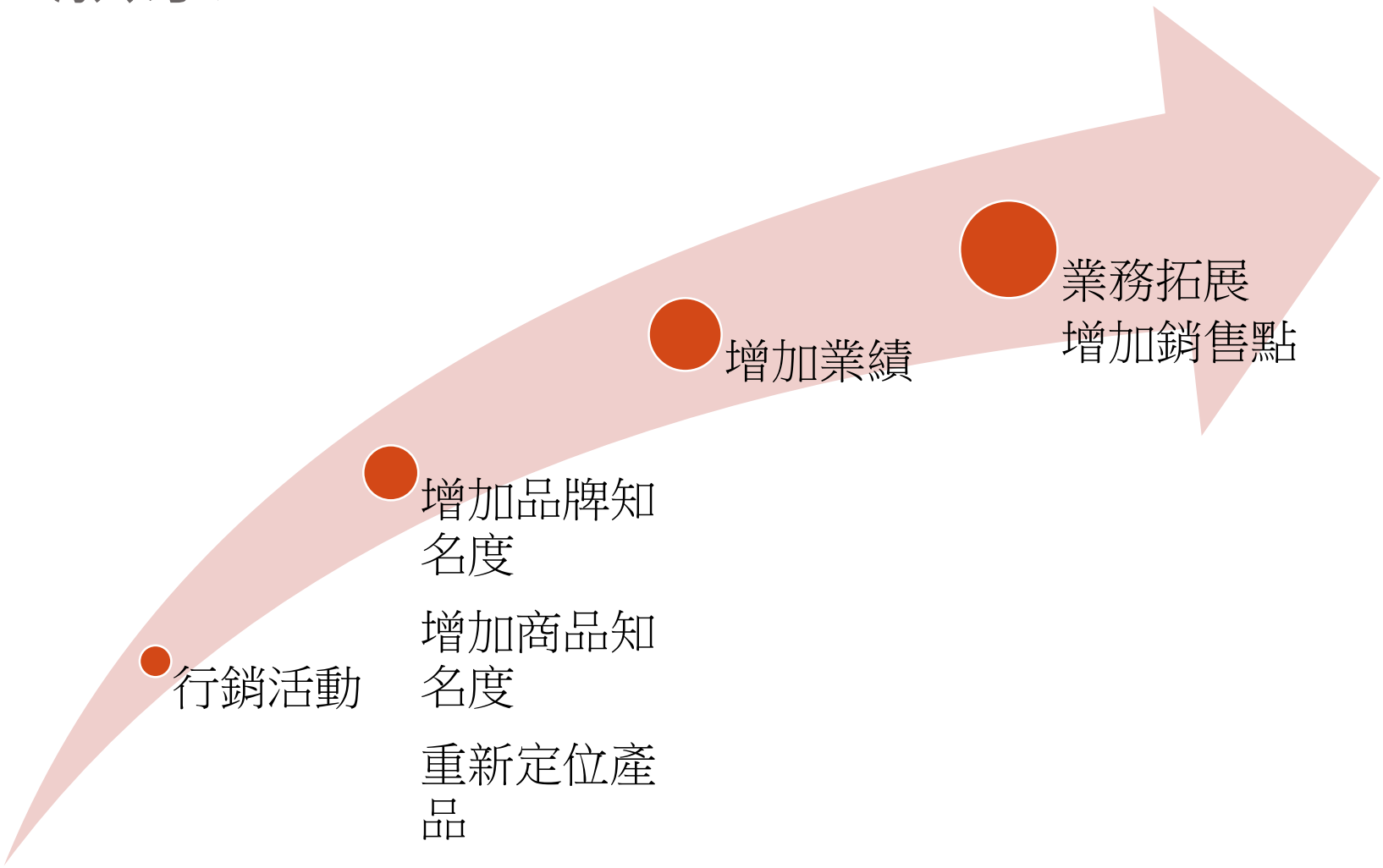



教育藥師：1.彥臣的產品特色
2.彥臣的專業技術
3.彥臣的品質保證

強化業務服務品質

行銷活動
行銷宣傳
行銷輔具
引發消費者好奇心

# 願景



# 如何推廣糖祐全

# 目的

1.清楚定位產品。
2.增加藥師信心，進而推薦糖祐全而非其他產品。
3.達到品牌與產品宣傳的目的。
4.增加銷售。

# 身體**糖化**，就是**老化**！
# 「輕鬆抗糖化，年輕go健康」

糖祐全產品推廣

# 消費者訴求

## 抗老化=抗糖化

| | |
|---|---|
| 解決方案 | • 推薦值得信賴的產品 |
| 如何解決 | • 健康吃糖<br>• 健康飲食<br>• 飲食搭配糖祐全 |
| 潛在慾望 | • 人活著就活的年輕漂亮<br>• 抗老化=抗糖化 |

1.專利
2.藥師親身分享推薦
3.網路口碑行銷
4.異業結合

**運用健康天然等訴求強化吃糖祐全不是身體出問題才要吃糖祐全，而是幫助維持身體健康，而且可以抗老化喔！**

# 潛在消費者面相

- 喜吃甜食
  - 30-45歲愛美&經濟能力&重視健康的女性
- 不喜歡運動
  - 30-45歲想要變瘦但瘦不下來的男女性
- 體重過重(BMI≧24)與肥胖(BMI≧27)
  - 30-45歲想要變瘦但瘦不下來的男女性
- 血脂較高的人 (新陳代謝症候群)
  - 40-60歲的男女性
- 血壓較高的人 (新陳代謝症候群)
  - 40-60歲的男女性
- 糖尿病罹患的高危險群
  - 1.家中有罹患糖尿病者
  - 2.曾有妊娠糖尿病

**1.有經濟能力、注重健康的媽媽為家庭中堅**

**2. 年輕/中階 (30-50歲)上班族**

**3. 常應酬又有經濟能力的高階主管**

**4.更年期保健族群**

**5.孕婦**

# About 糖祐全

- 健康、天然、無添加 (西藥)食品
- 強調**平日保養**使用，而非有問題才吃。有問題才吃，發現時已經太晚。**大餐完可以立即來一顆食用。**
- 運用消費者潛在慾望去強調商品的定位。

# 行銷配套方案

異業結合：
糕餅甜點店/婦產科/運動中心World Gym/商周/糖尿病協會

網路口碑
+
第三單位合作

加強衛教觀念：
1.關鍵字
2.網路口碑行銷+健康醫療網部落格
3.粉絲團

**信任&分享**

藥師OTC

消費者

加強衛教觀念：
1.強化產品的獨特性
1.給予藥師特別折扣，並親身體驗產品推薦消費者。
2.說帖
3.海報POP輔具

增加消費者對於產品的信任感與好感度

您買一盒糖祐全，就捐贈%給相關協會

# 網路口碑：加強衛生教育

A.消費者：

1.消費者不知道糖(尿病)的可怕與盛行

2.消費者不知道每天攝取多少糖分

3.消費者不了解自己有可能就是高危險群

4.消費者不 了解身體糖化=老化的可能

5.如何瘦的健康&身體不糖化

B.藥師：

1.說帖介紹糖祐全的產品與特色

2.相關恐嚇性或趣味性行銷輔具

3.贈送藥師方案：以藥師本身為案例，分享食用心得。推廣越多則越多回饋給藥師，也可邀請藥師分享心得&血糖報告，由健康醫療網採訪撰搞~

C.第三單位 ：

1.糖尿病相關協會

2.孕婦/婦產科

3.糕餅業者/美食業者/運動中心

4.美食部落客/媽媽部落客/親子部落客

用有趣的話題 或聳動的標題， 喚起消費者注意&討論。

吃太多糖：影響記憶力 / 糖是甜蜜的毒藥
初老症=您吃太多糖嗎?

透過網路與口碑行銷進行1+1>2的效果

# 異業結合/活動計畫

- **幸福台北，健康好口慾 (想。食。添。糖)**
  - 冬天的飲食應注意高血糖及代謝的問題，以及相關的解套方式。
  - 聯合糕餅/餐廳等，只要消費即贈送兩顆糖祐全或產品兌換券至藥局兌換(並有優惠券)，鼓勵消費者吃大餐的同時，也要注意血糖指數。
  - 與運動中心合作 (World Gym)，提供給運動完總是想大吃大喝的族群，進行衛教文宣露出於運動中心，並提供試用包及優惠給潛在客戶; 或是協助OEM相關產品。
  - 美食部落客

# 異業結合/活動計畫

- 好孕二三事
  - 透過健康巡迴講座，介紹懷孕期應注意高血糖的問題，強調懷孕期注意高血糖以及維持代謝功能的重要性，以及可以有效控制的飲食，藉此達到對糖祐全曝光度的提升。
  - 與婦產科合作，產檢達一定金額，即可贈送糖祐全，或給予消費者優惠。
  - 或是提供糖祐全優惠價格，給予婦產科販售。
  - 媽媽部落客/親子部落客

# 異業結合/活動計畫

- **齊聚一糖，分享健康糖概念。**
  - CSR：贊助部分舊包裝商品或提供優惠給糖尿病協會會員，提升企業形象，提供特別優惠或配套方案。
  - 購買糖祐全一盒，即捐贈%給相關協會，大家一起分享健康糖概念。
  - 協會網路平台

# 異業結合/活動計畫

- **齊聚一糖，一起抗糖化活動。**
  - 「抗糖化」構想出處：「少一分糖，年輕一歲」，由日本東海大學抗老化健檢教授久保明提出，商周出版
  - 接續此書提出之「抗糖化運動」，以糖祐全商品積極提升國人降血糖之意識，EX：講座、給讀者優惠等。
  - 商周網路或商周平面平台

# OTC促銷方案

- **齊聚一糖，分享健康糖概念**

1.藥師：以自身角度推廣糖祐全產品，並鼓勵其提供自己的試用檢查報告與消費者分享心得，推廣越多則給藥師更多優惠 (可給予下一檔產品之優惠折扣)。

2.藥師之糖概念推廣比賽：9-12月為止，只要推廣該項產品最佳之前三名藥局，即有機會健康醫療網或粉絲團或與相關部落客串連露出該藥局及藥師等資料，同時推廣衛教知識，幫藥局/藥師免費曝光並增加知名度。

3.告訴消費者，購買一盒糖祐全，即捐贈%給相關糖尿病協會。

4.消費者：於活動期間，只要提供您的檢驗報告並佐證使用完糖祐全，即可提供檢驗報告給彥臣作為口碑行銷之使用以外，為答謝消費者的分享，即可享有優惠 (ex: 清祐全或脂祐全的優惠價格coupon，先預告並提供給消費者下一波的產品特惠。)

# 行銷方式

- 時間：9~12月
- 傳遞健康、情感交流的模式與消費者互動與分享

| | 數量 | 九月 | 十月 | 十一月 | 十二月 |
|---|---|---|---|---|---|
| 健康醫療網 | | | | | |
| 口碑行銷 (相關部落格分享) | 數篇 | | | | |
| 健康醫療網部落格 | 數篇 | | | | |
| 粉絲團 (大紀元) | 數篇 | | | | |
| 關鍵字 | 一批 | | | | |
| 異業結合 | | | | | |
| | | | | | |