



# 平台简介



# 医库是做什么的？



## 大而全平台



医药百科



医学文献



万方医学



医学指南



医学图谱



公司时间



规培



医疗服务



医考天地



医学检验



全科学堂



医生成长手册



求职招聘



医讯头条



问卷调查



多点执业



采集病例



患者管理



图文识别



医学视频



问答挑战



教研助手



会议助手



论坛/IM



# 大而全平台的优势



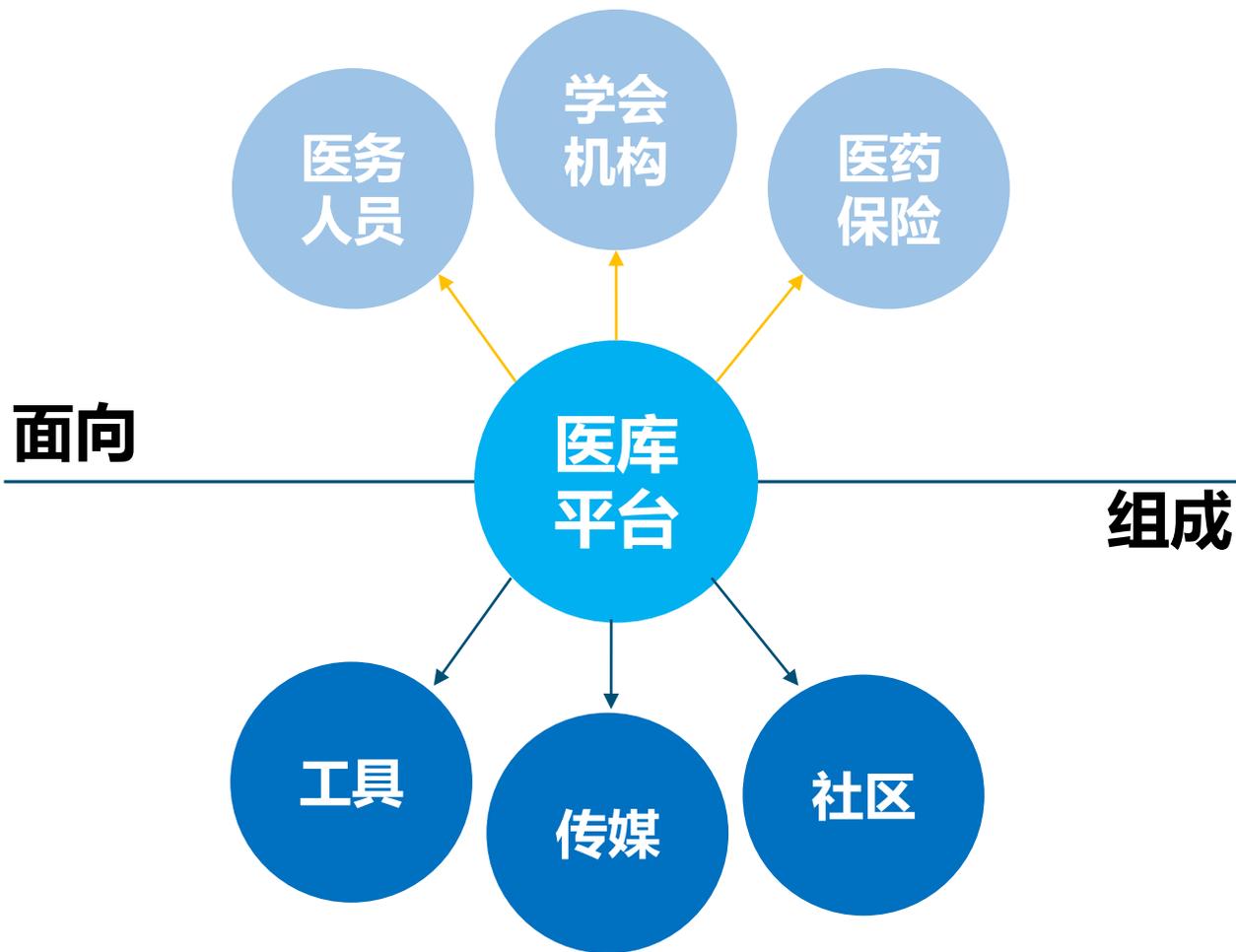
## 医库平台就要“大而全”

充分证据显示在移动医疗领域，绝大多数单一功能在用户“使用率”和“留存率”没有可持续性。这是因为医生的需求非常细碎，但任何单个细分领域又缺少市场容量。

只有在大而全的平台中，用户才会产生各种各样有价值的行为数据，这是做用户数据分析，平台改善和精准营销的基础。



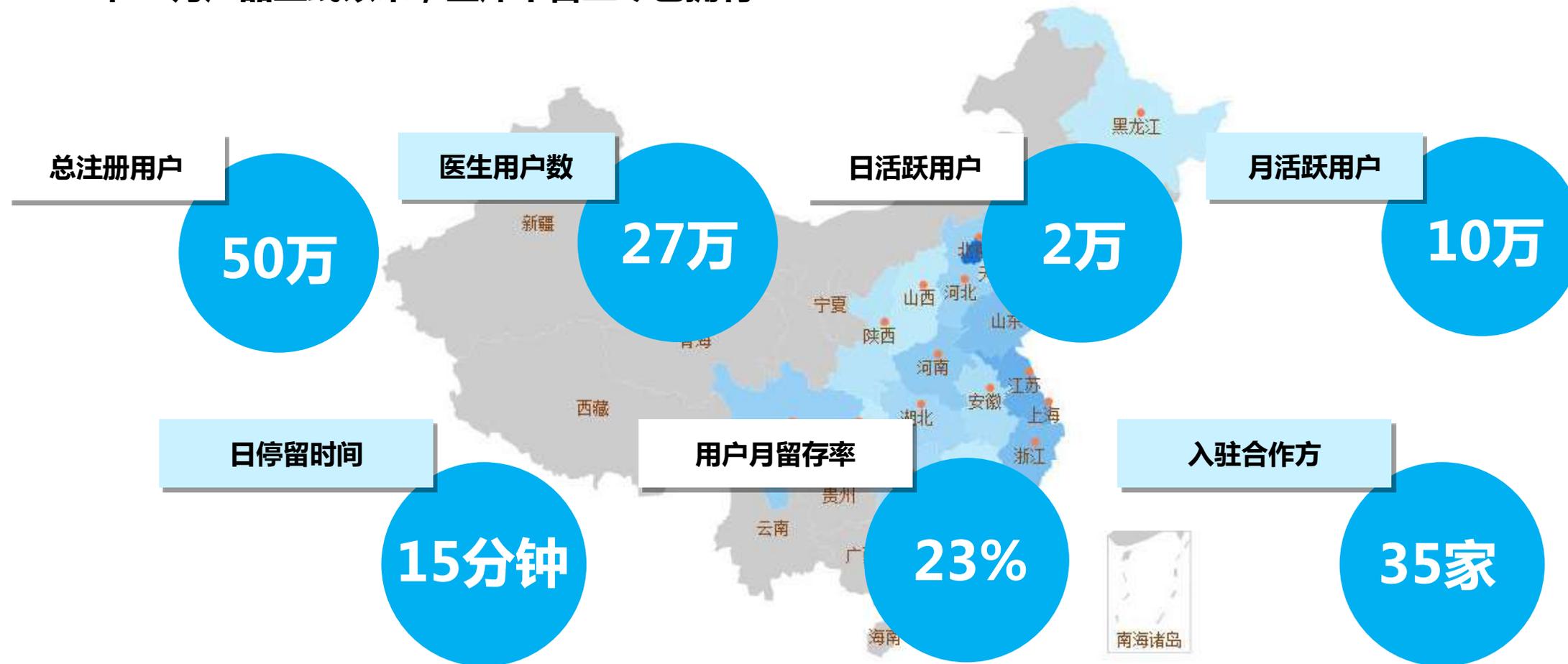
# 产品定位





## 相关数据

2014年10月产品上线以来，医库平台至今已拥有：





# 医库全渠道介绍

	渠道类型	工具名称	工具类型	功能简介
推广渠道	医生平台	医库	APP + 网页	1、覆盖全科系的全内容学习、互动、沟通平台 2、目前注册用户50万，实名认证医生27万，日活：2万。 3、为医生提供医教科研全功能服务，拥有医生行为数据库。
	专科类医生关注的平台	皮肤科周讯	微信公众平台	专科类资讯平台 (其中皮肤科有9千多专业皮科医生关注)
		骨科周讯	微信公众平台	
		内分泌周讯	微信公众平台	
	患者社区	甜蜜家园	APP + 网页	1、2005年成立，国内最大、最活跃的糖尿病患者社区 2、目前会员23万 3、糖尿病相关药品/器械/保险推广经验
		超级疫苗表	APP + 网页	1、市场排名第一的疫苗管理和母婴健康工具 2、未来将成长为专业的儿科患者社区



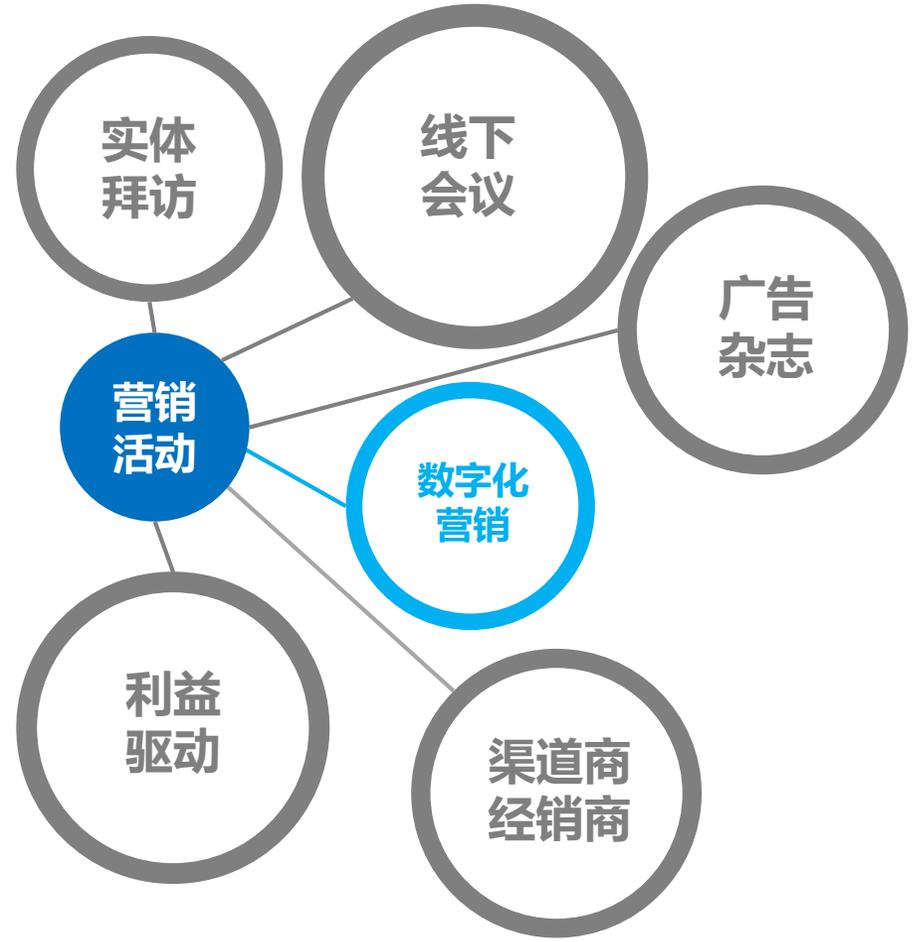
# 行业内数字化营销普遍存在的问题

1

数字化营销混杂在各个营销活动之中，无法保证效果，没有办法评估效果。

2

没有有效的监测方式来检测用户是否到达。  
到达率、影响率、覆盖率和推送率无法精确计算。



# 线上营销方案



# 1-病例征集活动

## 突出药品/企业

在进行病例评选的时候邀请名医来参与活动加大活动曝光度。

选择有药企疗效比较好的特定药品的相关优秀诊疗方案，然后在展示和曝光的时候重点突出出来，让医生进行评论，分享，达到品牌产品的有效医生到达。

## 医库首页banner



## 医库论坛活动区置顶





# 1-病例征集活动

## » 病例采集



## » 疾病分享

医生可以围绕疾病病例做讨论，形成学术论坛&社区，激发医生间的互动。

互动平台可以跟药企的微信平台做对接，促进药企与医生间的交流。

## » 病例比赛

医生上传病例后，优秀病例经过筛选可以进行用户间的分享。

与药企合作进行优秀病例比赛评选活动，为医生提供疾病继续教育方面的服务。

## » 品牌推广&病例资源

医库全渠道推广活动病例中植入相关产品加深用户的产品印象

药企获得相关疾病和相关药品的病例



## 2-知识竞赛活动

推出知识问答比赛活动，企业可以通过参与问题环节以软性渗透的方式将重要的知识点及关键信息传递给目标医生。

同时可以给参加活动的医生一些激励。

(按照不同的病种、药品的治疗范围、适应症等进行科室或特定疾病的知识问答比赛，并可植入题目)





# 医库-医学题库王

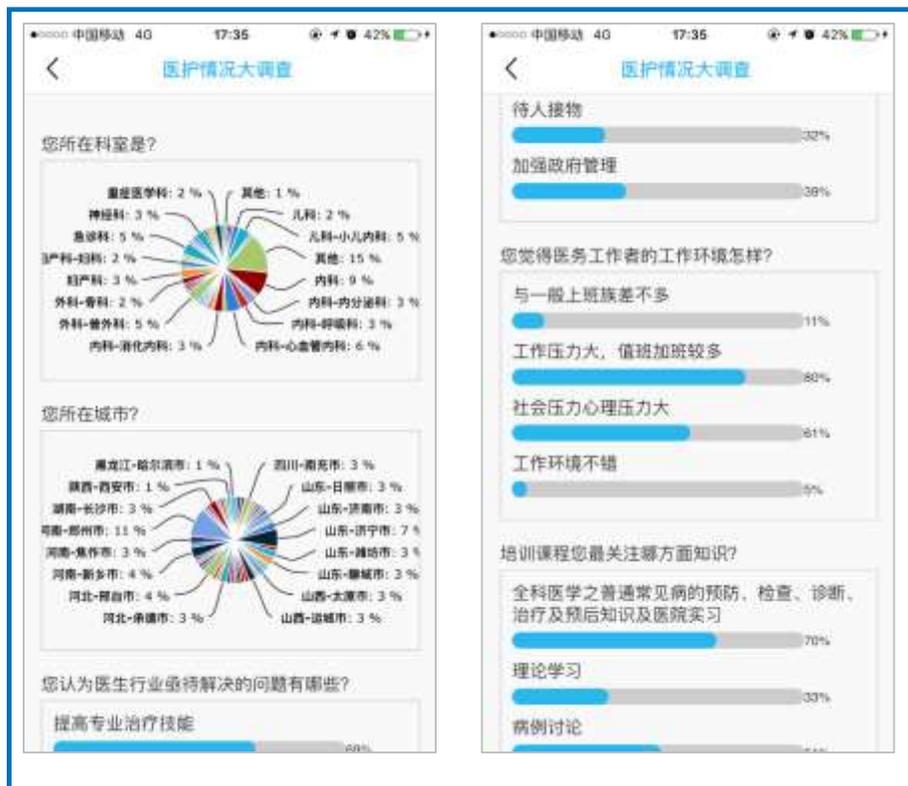


题库		题库		题库	
医师资格	执业医师	药学	药士	放射医学	技师
	助理医师		药师		技师
执业药师	西药		主管药师		主管技师
	中药	中药学	中药士	考研	西医综合
主治医师	内科		中药师		中医综合
	外科		主管中药师	三基	三基
主治医师	皮肤与性病学	医学检验	技师	护理学	护士
	妇产科		技师		护师
	放射科		主管技师		主管护师
	儿科	肿瘤技术	技师	总题量	25万
	中医内科		技师		
	全科		主管技师		

## 药企服务活动：

可冠名或定向组织相关药品知识竞赛、趣味问答等活动。提高药企药品医生用户中的知名度。（全国或区域范围皆可）

# 3. 在线调研服务



医库不定期发起在线调研活动，通过在线填写问卷形式获取用户数据或者需求。

药企可以借助调研平台发起关于医药相关的调研来了解目标医生的需求及学习点。

反精益创业第三章：基于公开资料的商业情报分析（8）——各种实用的第08月05日

漫谈移动医疗第一梯队的公司（7）：挂号网（乐观）10月15日

移动医疗新锐团队系列调研报告（4）：医伯来—想要成为医药垂直领域的511月05日

万达信息的整体评估和未来预测（3）：14年的内生性增长低于预期！10月20日

医伯来招聘网隶属于英伯来（北京）信息咨询有限公司，成立于2013年10月，据公司官网上展示的愿景是“致力于打造医药行业人才资源共享平台”。目前他们经营有医伯来招聘网和微信公众号-医药人才互推平台，发展轨迹比较清晰。

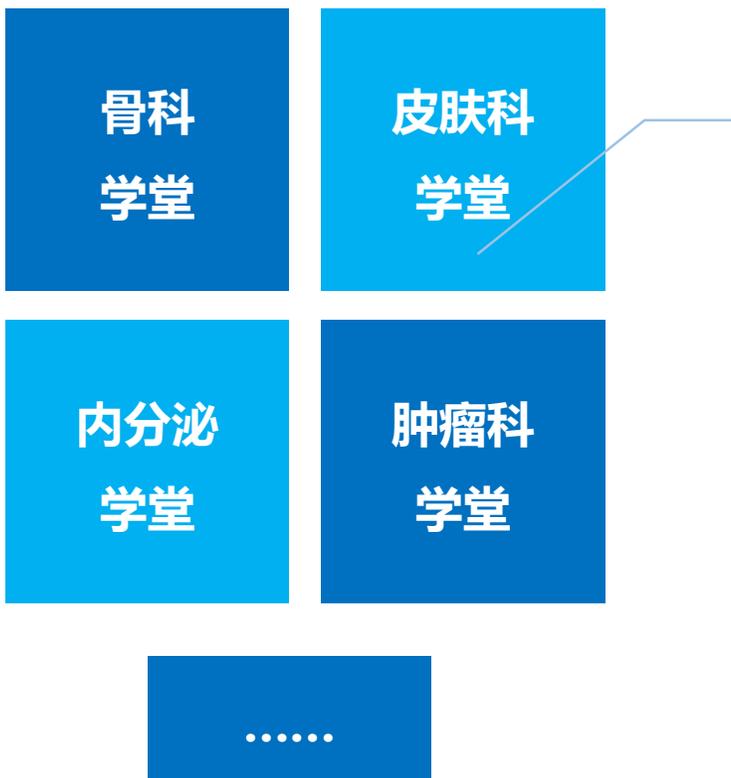
万达信息在2015年3月公布了其2014年年度报告，Dr.2测评工作室在万达信息年报公布之前对其2014年业绩进行以下分析和预测得出万达信息2014年营业收入可以达到其预期，一起来看下Dr.2的分析~

移动医疗专业投研/  
调查团队

信息情报搜集服务  
竞争对手产品市场调研服务



## 4. 各专科学堂项目服务

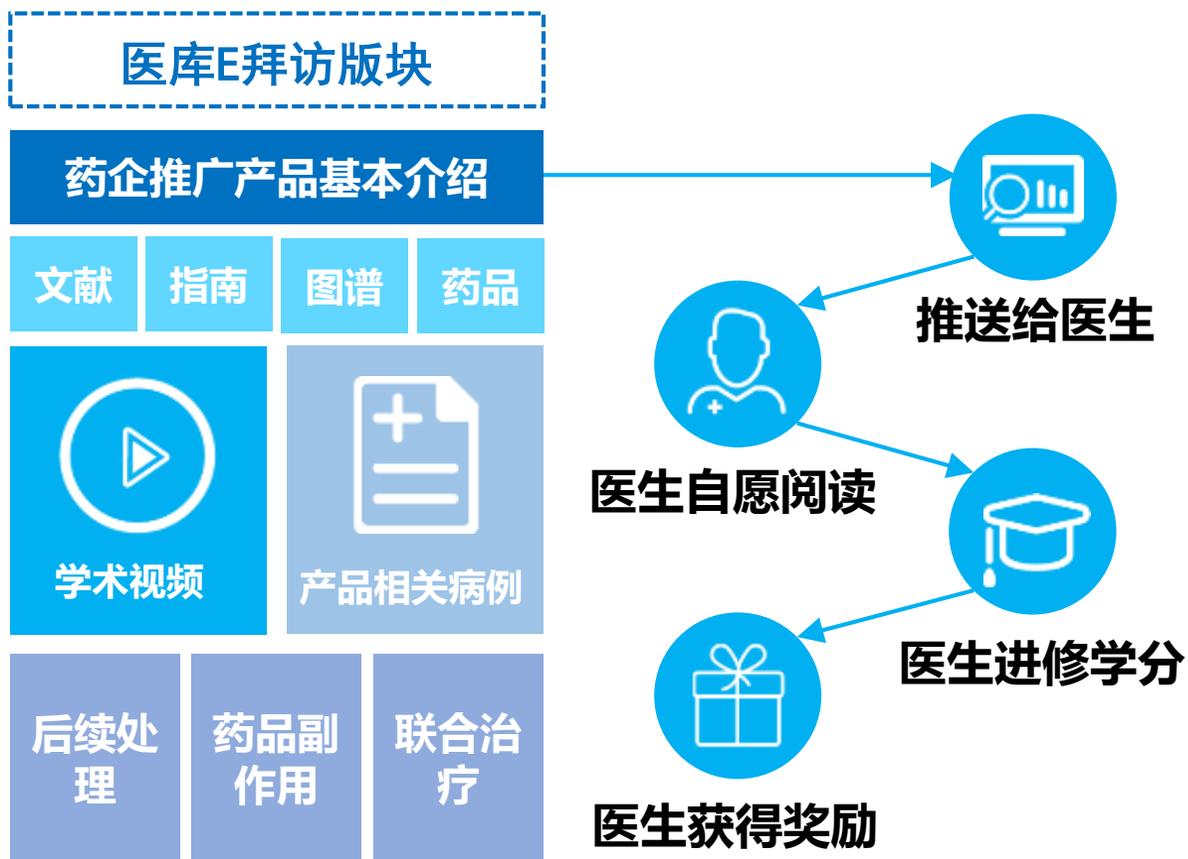


药企可针对不同的专科学堂，将各个学科领域的产品植入进学堂项目之中，这样可以获得更精准的推广到达。

例：可在皮肤科学堂中举办看图识病活动，同时在病例中植入相关药品；可在内分泌学堂中举办内分泌知识大赛等活动。



## 5. e拜访项目服务



# E 拜访



## 实现电子覆盖

代替医药代表单独面对医生，模拟顾问讲解产品，把资料信息通过平台传达给了医生。



## 深入广阔市场

在e拜访上，医生自愿、主动地完成阅读，实现有效电子覆盖。



## 提高投资回报率

- 费用节约
- 减少投入
- 增加产出比
- 提高效果



## 6. 占领用户心智，改变用户行为

- 01** | 医库是一个大而全的捆绑式平台，用户会在平台上发生非常多的行为。
- 02** | 数据驱动运营：在精准的时间，把精准的信息覆盖精准细分的客户。
- 03** | 商业模式的核心：占领用户心智，改变用户行为。根据用户行为进行顺向推送，推送后又会影响用户行为。
- 04** | 这是全新的营销渠道，同时还可以与用户进行互动，这在以前是没有的。





# 医库内容&用户画像



社区&IM



医学文献



病例讨论



医学指南



医药百科



医考天地



知识库



直播/视频

.....

.....



感兴趣的疾病/科室

社交关系

临床方向

科研方向与进度

用药习惯

考试进度

作息时间/排班

.....



感兴趣的疾病/科室

用药习惯

社交关系

考试进度

临床方向

作息时间/排班

科研方向与进度

.....



根据医生行为的分析

在精准的时间

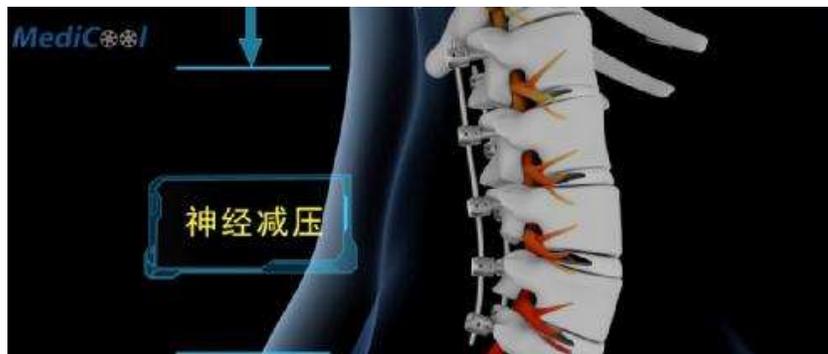
向精准的用户

推送精准的信息

获得精准的反馈



## 7. 多媒体动画/宣传片/VR项目



医库传媒拥有采编播一体的全产业链影视传媒团队，以及3D动画制作团队，能够拍摄产品宣传片，制作动画片。



医库的VR医学教育3D解剖能够帮助医生低成本高效率的学习解剖。

医库首次提出中医针灸VR项目，可进行三维人体展示，人体与中医经络结合，又与西医解剖结合。VR中医训练代替一部分实体操作，低成本，无创的学习针灸学习方式。

**药企可以定制宣传片或VR项目**

患者社区

# 甜蜜家园



# 糖尿病患者社区-甜蜜家园



移动端流  
量占比

45%



日均PV20万+  
日发帖量4000+

55%



中国最大的糖尿病细分患者社区

价值主张：帮助广大糖尿病病人学习糖尿病知识，交流血糖控制经验，探讨糖尿病饮食运动方法，同时进行沟通交流。



# 渠道合作案例



糖尿病药品/器械推广  
APP、网页、微信

联合举办产品推广活动，增加推广效果

根据平台患者人群细分，进行精准推广

患者社区

# 超级疫苗表



# 儿童疫苗社区-超级疫苗表

## 针对年轻父母进行儿童疫苗管理的平台



### 疫苗知识

一类、二类疫苗的介绍、接种时间、注意事项、接种后护理等知识。



### 预约接种

用户进行疫苗在线预约，减少接种时的等待时间。



### 疫苗/育儿交流

对于接种疫苗及育儿疑问，可在交流区与其他用户及医生讨论。

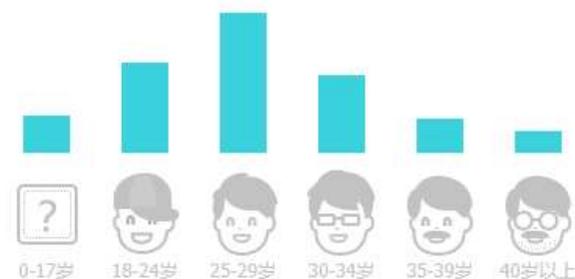


### 疫苗资讯

发布与疫苗有关的最新资讯，并邀请专家进行讲课。

# 12万用户

## ◆ 用户数量



## ◆ 年龄分布



## 合作方式5-渠道合作

平台与药企合作  
推广儿童相关产品

儿童疫苗  
社区

药企/  
保险

患者社  
区

根据家长用户的行为分析  
对其进行精准的推送

双向引流

# 线下营销方案



# 1-医学会议服务

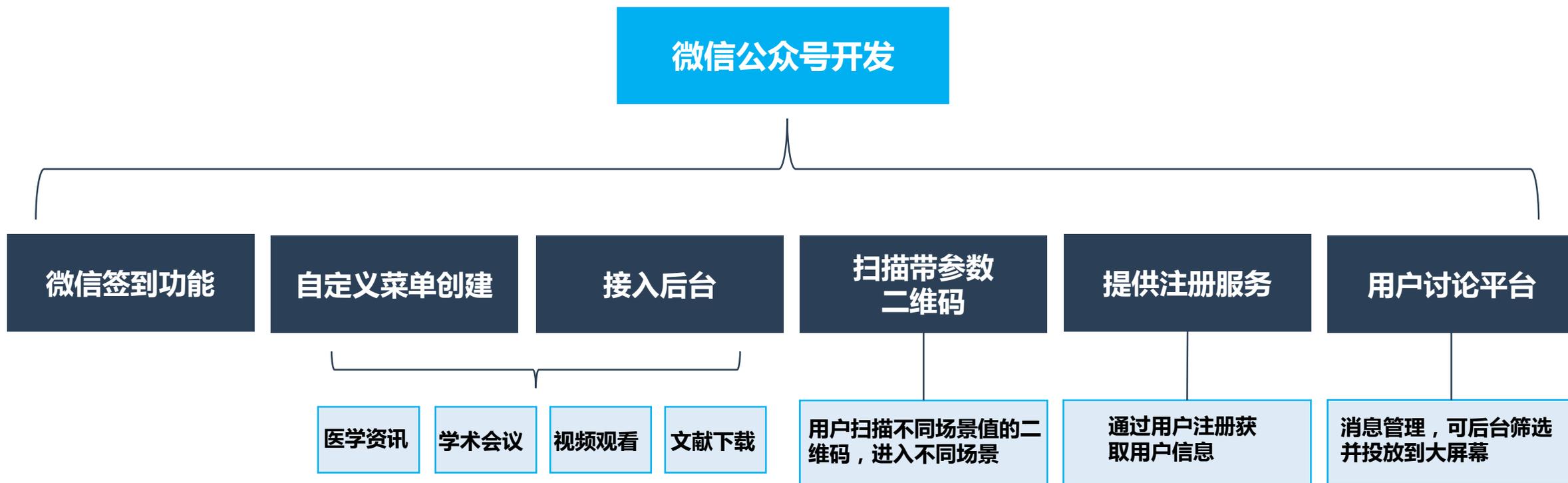
» ipad会，微信会

为药企提供全方位会议服务

- **会前**——制作邀请函（微信），通过销售转发给他邀请的参会医生，告知会场会有奖励机制。
- **签到**——会议签到日或会议正式开始前，邀请客户进行微信签到，或者APP签到，提示可凭凭证（如互动页面，调研结果，注册凭证等）至展台/或特定区域领取奖品。
- **会中**——展台或特定地点，放置宣传展架，宣传微信，或在ipad上进行药企宣传互动活动。
- **会后**——与参会人员保持持续联系，可以通过微信传播吸粉，如编辑会后特辑，参会者转发朋友圈/精选幻灯片或视频发布.....



## 2-微信公众号辅助开发





### 3-医库VIP账号服务



药企

————— 购买VIP账号赠送给医生 —————>

<————— 医生行为数据反馈分析 —————

<————— 精准信息推送，有效的互动沟通 —————>



医生

医库平台

# 在线直播服务



# 药企会议/讲座直播

**讲座预告** 3 >

**【预告】胰岛素增敏剂在妇科疾病治疗中的应用**  
3月25日 19:00-20:00 (周二) | 距开课 9小时

 **朱铭伟** 副教授  
妇产科  
复旦大学附属妇产科医院  
[我要报名](#)

**疾病学习** 换一下

二型糖尿病

治疗原则：

- 1.早期明确诊断，早期治
- 2.明确糖尿病为终身性疾病，需要坚持长期治疗
- 3.明确综合治疗的必要性

[相关知识](#)

线下会议，线上同步直播

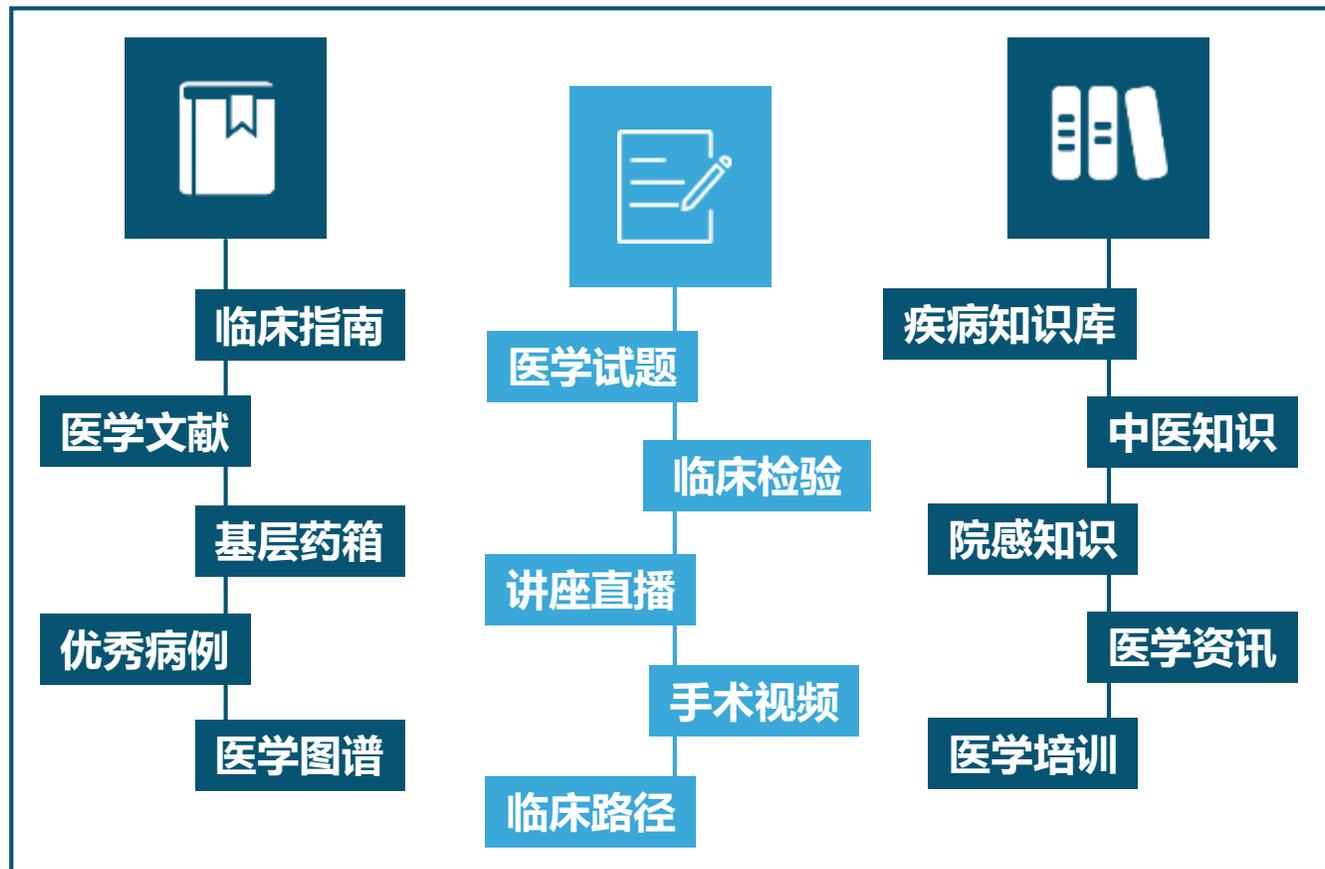
在线与平台医生用户互动

会后调研反馈，数据统计分析基础

# 重大IP项目服务



# 万方医库-基层医生成长平台



全方位展示疾病知识



构建立体知识体系



实现知识多向流转



通过疾病联结内容  
通过内容巩固体系





# 健康报医库-全科学堂



## 全科学堂-医学知识库

拓展全科和村医医学知识、实现继续教育、加强学术交流探讨、提高临床技能。

- 疾病基础知识
- 疾病医学指南
- 疾病优秀病例
- 疾病讲座视频
- 疾病临床路径
- 院感知识培训体系.....
- 医学人文
- 疾病相关文献
- 疾病药品知识
- 相关考试题库
- 疾病手术视频
- 检验/资讯
- 公共卫生

# 套餐组合



# 套餐组合1



## 会议在线直播



## 会后调研反馈



## 分析信息，精准推送

**讲座预告** 3

**【预告】胰岛素增敏剂在妇科疾病治疗中的应用**  
3月25日 19:00-20:00 (周二) | 距开课 9小时



**朱铭伟** 副教授  
妇产科  
复旦大学附属妇产科医院

[+ 我要报名](#)

---

**疾病学习** 换一下

**二型糖尿病**

治疗原则：

- 1.早期明确诊断，早期治
- 2.明确糖尿病为终身性疾病，需要坚持长期治疗
- 3.明确综合治疗的必要性

[相关知识](#)

您觉得医务工作者的工作环境怎样？

与一般上班族差不多	11%
工作压力大，值班加班较多	80%
社会压力心理压力大	61%
工作环境不错	5%

培训课程您最关注哪方面知识？

全科医学之普常见病的预防、检查、诊断、治疗及预后知识及医院实习	70%
理论学习	33%
病例讨论	51%

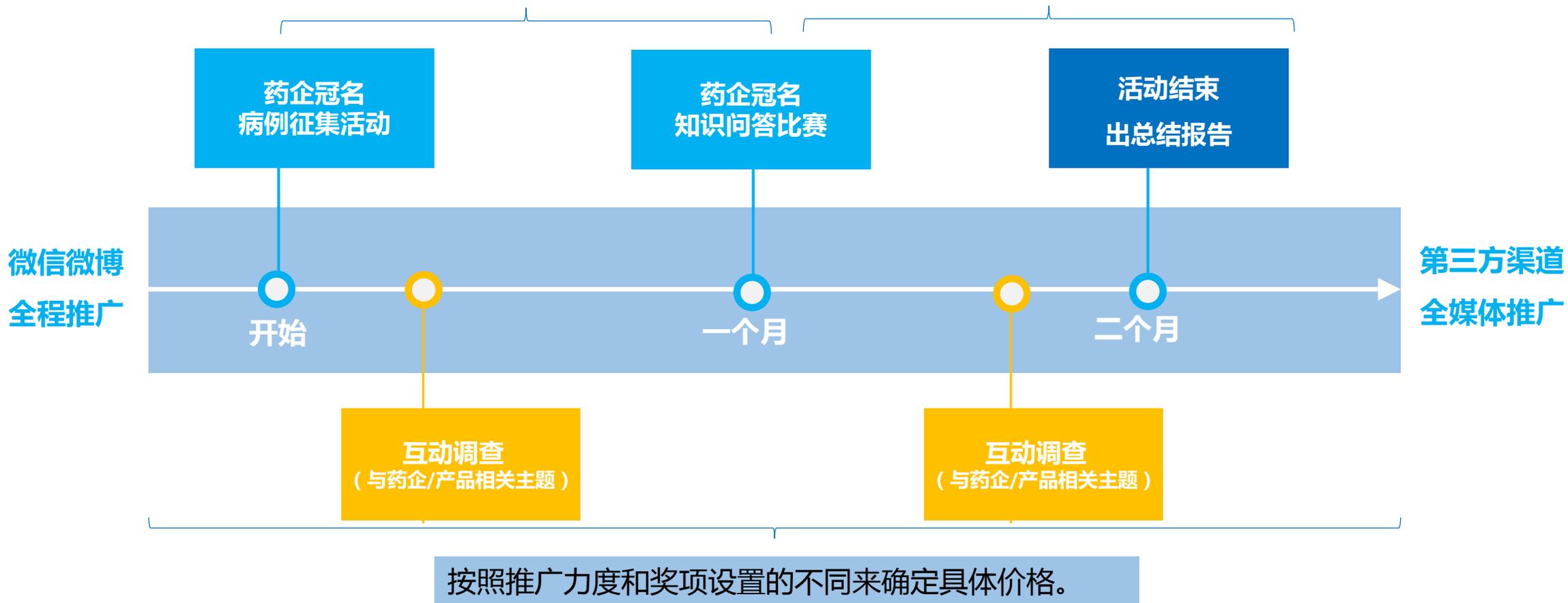




## 套餐组合2

按照不同的病种、药品的治疗范围、适应症等进行布局

随着活动的不断推进，会增加平台上相关医生的聚集和活跃度，活动效果越来越好。





# 套餐组合3

## E拜访

医库E拜访版块

药企推广产品基本介绍

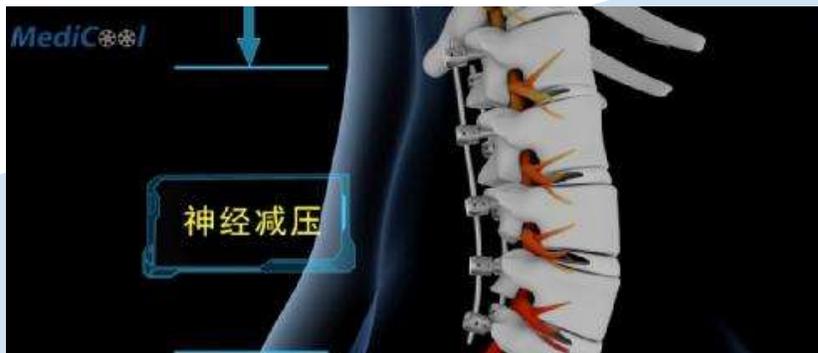
文献	指南	图谱	药品
----	----	----	----

学术视频

产品相关病例

后续处理	药品副作用	联合治疗
------	-------	------

## 传媒动画+影视拍摄



# 相关案例



# 医库药企emkt套餐专题案例





# 系列专题之看图识病



## 看图识病

### 活动内容

为了让皮肤科医生在有趣的活动中提升对疾病的鉴别诊断能力，增强用药经验。准备了5道看图识病题目，包含临床表现图片和简单病史描述。

2016年6月6日13:33  
“XXX杯”- 看图识病答题活动



皮肤病在我国是一种常见病，发病率较高。皮肤病具有直观性，常见皮肤病通过皮损外在表现即可判断。此次，

[阅读原文](#)

以下图片的病例，您的诊断是（ B ）  
病史：10年前左面颊出现一绿豆大小丘疹，有破溃。两年前，皮疹扩大。



A. 孢子丝菌病      B. 寻常狼疮  
C. 慢性单纯性苔藓      D. 脓疱疮

### 推广方式

### 产品矩阵

医库  
APP



学术  
微信号

- ◆ 医库与微信后台打通，构造产品矩阵，双向传播。
- ◆ 活动提交方便，可以构建数据库，数据结构化。



# 活动关注度



## ◆ 活动中期的微信图文阅读情况

图文阅读次数	2132次
图文阅读人数	1309人
分享人数	44人

- ◆ 超过一半的用户是从公众号里查看到活动。
- ◆ 阅读来源第二的朋友圈占 16.65%。
- ◆ 这说明有部分医生分享到了朋友圈，并成功引起该医生朋友圈的人注意，并点击查看。
- ◆ 总阅读数中，有将近30%的用户通过朋友圈和好友转发关注到这次活动。



# 活动覆盖度

1个月

新增  
2000人

前三天  
爆发增长

时间	新关注人数	取消关注人数	净增关注人数	累积关注人数
活动前三天	895	136	759	7944
	406	90	316	8260
	160	31	129	8389



# 活动参与度

## ◆ 活动中期的参与情况

时间	参与总数	其他医生数	医库用户数	无效数量
一个月	2377	1482	804	91

多渠道立体推广  
效果显著

从医库平台来参加的用户：

34%



# 系列专题之病例大赛

## APP首页

2个活动入口，推广诱导



## 活动介绍

含详细规则流程，奖励机制



## 病例展示

上传经典病例，评论交流



## 专家点评

专家进行点评指导





# 医库行为追踪案例-继续教育学分

## 用户在平台的行为追踪

医库基层医生平台  
在线继续教育学分



- 追踪用户学习行为
- 看视频/看文献等

- 视频中途插入测试
- 保证看全部内容

- 看全部学习内容
- 安排考试

- 通过考试
- 授予继续教育学分



# 医库在线调研案例-爱思唯尔

题型简单

覆盖全国

所有科室均可参加

中国联通 16:42 32%

## 中国医生医学信息获取途径调查

近6个月内，您是否通过网站、电子邮件等途径获取过医学信息？



您在决定采用某一药品或是开处方前，是否需要了解关于疾病、用药及疗法的基本信息？



中国联通 16:44 32%

## 中国医生医学信息获取途径调查

通过医疗专业网站查看药品及疾病信息时，您认为专业领域以外的内容（如文字、视频）的最佳阅读时长应为多少？

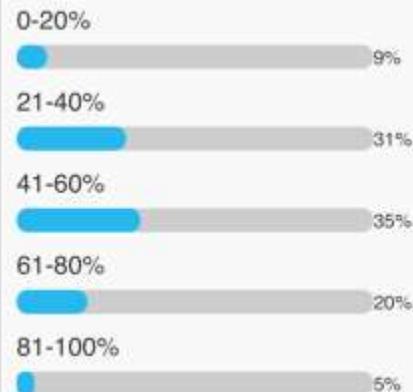


您平均每月接诊的患者有多少人（不算多次就诊患者）？

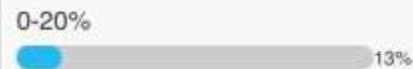
中国联通 16:44 32%

## 中国医生医学信息获取途径调查

在您有效获取药品信息的过程中，直接查询获取信息传播渠道都发挥了多大的功效？



在您有效获取药品信息的过程中，医学联络官提供信息传播渠道都发挥了多大的功效？





# 医库在线调研案例-IMS

请问您所在的城市？ \*

北京	<input type="radio"/>	上海	<input type="radio"/>	广州	<input type="radio"/>	天津	<input type="radio"/>
西安	<input type="radio"/>	沈阳	<input type="radio"/>	郑州	<input type="radio"/>	杭州	<input type="radio"/>
南京	<input type="radio"/>	武汉	<input type="radio"/>	成都	<input type="radio"/>	哈尔滨	<input type="radio"/>
太原	<input type="radio"/>	济南	<input type="radio"/>	潍坊	<input type="radio"/>	苏州	<input type="radio"/>
温州	<input type="radio"/>	深圳	<input type="radio"/>	宁波	<input type="radio"/>	其他城市	<input type="radio"/>

请填写医生基本情况 \*

医院名称 *	<input type="text" value="请选择城市"/>	医生姓名 *	<input type="text"/>
办公室电话	<input type="text"/>	工作年限	<input type="text"/>
本专业工作年限 *	<input type="text"/>	医生性别	<input type="text" value="女"/>
医生年龄	<input type="text"/>	医生E-mail	<input type="text"/>
医生手机 *	<input type="text"/>		

您所在的医院是什么级别？ \*

三级	<input type="radio"/>
二级/其它/不知道/拒绝回答	<input type="radio"/>

您现在在哪个科室工作？ \*

妇科/妇产科	<input type="radio"/>
病理科	<input type="radio"/>
其它/不知道/拒绝回答	<input type="radio"/>

您现在的职称是？ \*

主任医师	<input type="radio"/>
副主任医师	<input type="radio"/>
高年资主治医师 (>3年)	<input type="radio"/>
其它/不知道/拒绝回答	<input type="radio"/>

请问您的医院/科室目前有什么高精尖的技术？ [\[可多选\]](#) \*

1) 巴氏涂片	<input type="checkbox"/>
2) 液基细胞学检测	<input type="checkbox"/>
3) HPV DNA病毒检测	<input type="checkbox"/>
4) DNA倍体检测	<input type="checkbox"/>
5) 这三种都没有/其它/不知道/拒绝回答	<input type="checkbox"/>

\* 较复杂问卷，完成调研需要30分钟

\* 调查范围指定城市\医院\科室

\* 被调查人指定职称\级别\使用技术

适合实体调研，面对面

指导、回答、补充



# 药企微信运营开发案例



医库拥有非常专业的微信等媒体渠道运营经验以及开发经验，可以在合作推广过程中发挥重要作用。

## 中信国健药业合作

### 中华风湿微信号运营与开发

运营时间：1年

运营成果：专业医生关注数约8千

推广效果：平均头条阅读1000~3000

医学指南  
微信下载

微信会议

专业医学  
视频入口

幻灯展示

医学文献  
微信下载

资讯推送

会议日程  
推送



# 学术项目案例-天坛卒中



## 天坛卒中学院 网站

最新最全资讯分享

医学培训继续教育

大师讲堂在线视频

接入文献服务



## 天坛卒中学院 微信服务号

定期内容资讯分享

接入文献后台

接入视频服务

接入互动论坛服务

科室：北京天坛医院天坛脑血管病中心

赞助：

西安杨森  
xian janssen





# 学术项目案例-霍普斯金系列

JOHNS HOPKINS MEDICINE

DEEP LEARNING 深造 疾病学习中心

## 糖尿病 DIABETES

首页 Home | 视频讲座 Video Lectures | 病例分析 Case Presentations | 文献检索 Literature Search | 会议现场 Scientific Congress Coverage | 专家问答 Ask The Experts | 医讯传真 Medical News

JOHNS HOPKINS MEDICINE

DEEP LEARNING 深造 疾病学习中心

## 感染性疾病 INFECTIOUS DISEASE

首页 Home | 视频讲座 Video Lectures | 病例分析 Case Presentations | 文献检索 Literature Search | 会议现场 Scientific Congress Coverage | 专家问答 Ask The Experts | 医讯传真 Medical News

AMERICA'S #1 HOSPITAL 21 YEARS IN A ROW

JOHNS HOPKINS MEDICINE

独家顶级医学教育  
为中国医师量身定制

完成指定课程任务后可获得约翰·霍普金斯颁发的学习证书

21年蝉联学术榜首:  
约翰·霍普金斯医院在《美国新闻与世界报道》的所有16个专业领域的“荣誉榜”中始终独占鳌头。

1 2 3

医库与约翰·霍普金斯大学  
建立学术合作

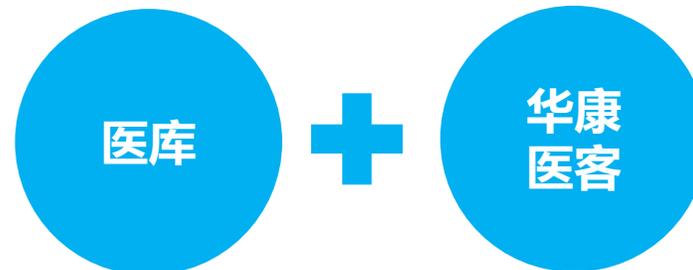
由霍普金斯大学提供学术支持

项目提供专业的视频讲座、病例分析、文献检索、会议资讯、专家问答服务。

我们负责网站搭建，后期维护，用户服务，教材翻译等，资源分发等。



# 知识竞赛相关案例

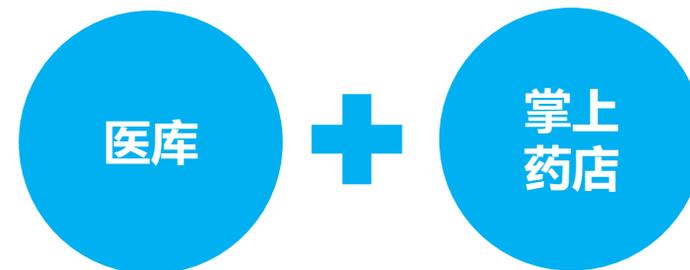
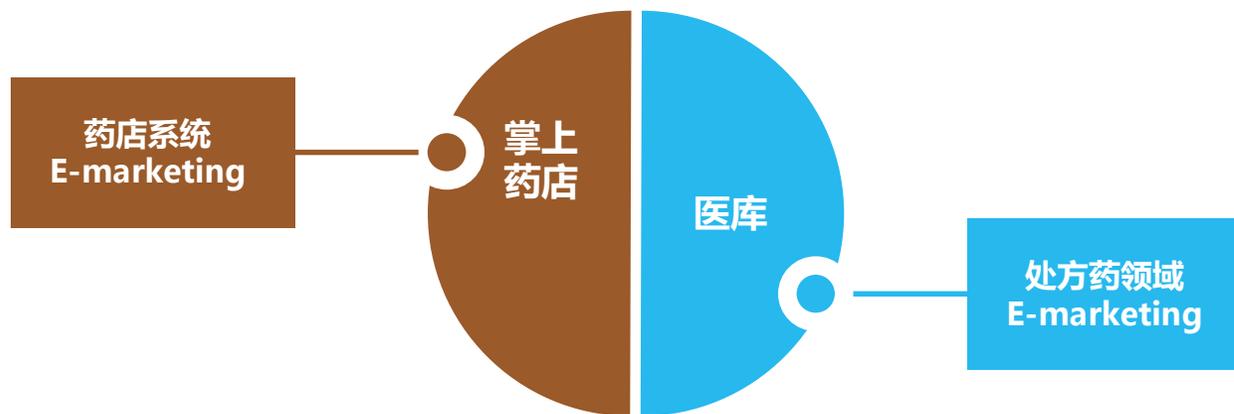


活动平台  
医库-执考大冲刺

活动目的  
医生线上教育、学术推广  
协同营销，共同推进装机



# 知识竞赛相关案例



活动平台  
医库-公司时间

活动目的  
医生线上教育、学术推广  
精准营销，共同推进装机



## 相关案例-知识竞赛



活动平台  
医库-公司时间

细分领域精准营销

活动目的  
医生线上教育  
知识学术推广  
共同推进装机

*Thank You*

商务合作

联系微信：next\_summer