

药厂制药员工心得(模板8篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

药厂制药员工心得篇一

今年上半年，医药行业生存的宏观环境仍然不容乐观：原材料能源价格继续上扬、药品政策性降价持续、招投标导致的价格竞争失去理性等等，这给我们企业的生产经营工作带来了诸多不利。面对困难形势，我们在公司董事会的领导下，坚持”外抓市场一着不让，内抓管理细致入微”的工作思路，积极采取应对措施，化解不利因素，全力做好市场开发、技术进步和降本增效三项工作，企业生产经营工作在极为不利的形势下取得了可喜的成绩，各项经济指标完成与时间推进达到同步，实现双过半。

1、实现利润：目标数为000万元，

上半年完成000万元，占年计划000%;比去年同期增长000%;

6、产销率：目标数为00%，上半年实绩00%。

重点品种销售下滑，传统丸剂品种异军突起。

待，给我们的销售带来了重重困难。早在年初，公司为强化新品推广力度，着力培育新的增量市场，对销售队伍的结构进行了调整，强化市场的开发与渗透，力争通过高投入、高压力及与之匹配的激励机制，使我们的专科用药销售再上一个新台阶。但由于医药行业宏观环境的影响，专科用药的销售与我们的预期还有一定的差距。与此同时，我们设置了专职人员梳理、强化渠道跟踪管理，开拓维护公司普药和传统

用药市场，实现与现有医药业态相衔接的工作机制。

我们在抓好销售队伍、销售市场建设的同时，利用企业的产品优势、品牌优势，积极寻求对传统特色品种的总代理和区域代理，充分借助代理商的渠道优势、网络优势和机制优势，扩大我们产品的销售。

被代理商看好，一些多年没有生产的老产品如00丸、000丸、000丸已成为代理商热力推介品种，销售市场陆续打开，成为企业新的增长点。

新产品开发和科技进步成果显著□gmp管理工作进一步加强。

根据”二个开发”一起抓的原则，企业加大了新品研发的跟踪力度，并对已取得产品生产批件的品种着力做好产业化的前期准备工作。上半年，获得00新药证书及生产批件、00生产批件、中药9类00片、00生产批件等，同时进行了包括00、00等新产品的大生产工艺参数摸索工作，为这些产品顺利投放市场做好工艺技术准备。

与此同时，我们还建立gmp长效管理机制，组织全员进行相关文件的再学习和考核，要求每一位员工从思想上高度重视、生产过程中严格执行。并且强化对进厂原料、出厂成品质量检验，加强生产现场的监控考核，确保整个生产过程处于受控状态，减少不必要的生产过程中的成本上升。

今年上半年，我们主要产品一次合格率均达到考核指标，产品市场抽检合格率100%。

降本增效成效明显，管理工作得到加强。

今年，我们继续深化预算管理，以预算管理为中心，严格控制费用支出和生产成本。同时，面对近年来行业显现的基本特征，即毛利率”屡往低处走”、销售”量增利减”增销不

增效、利润空间不断下降的实际，从企业内部挖潜入手，强化全员节约意识，让每个部门、每个流程、每个岗位订出降本增效的目标、措施，责任到人。同时，还在05年降本增效量化考核取得成效的基础上按照”四定原则”制定了00项降本增效量化指标，并修订了相应的考核办法，以最大限度的降低采购成本、营销成本、管理成本等，挖掘内部潜力，从而控制和减缓了成本费用上升的势头。

1、市场开发工作：分析研究市场，跟进有力措施，继续抓住四个方面也就是抓主产品销售、抓主销区销售、抓代理商销售、抓快批，倾全公司之力，确保全年指标完成，开创营销工作的新局面。

由于”新农合”政策出台而显现的500亿商机，以及社区医疗服务中心构建工作的启动，制定相应推进计划及工作措施、销售激励政策、市场开发奖励政策，充分调动业务人员的工作积极性，力争取得高端、中低端市场双赢。

第二：公司所有工作要继续围绕市场、加强服务，销售工作要巩固原有市场份额，同时针对不同品种、不同地区、不同顾客的情况，采取积极灵活的销售策略，对竞争性品种实行产品扩张战略；对高附加值的品种实行稳定地市场开发战略；对特殊规格品种实行差异化销售战略。在做好主导品种销售的同时，进一步做好新产品的市场开发，进一步进行产品结构调整。

大、新品及低端市场开发能力弱的区域，给予指导、协助，尽快扭转销售下滑局面。

第四：高度重视营销风险，加强重点客户维护，及时掌握客户的动态信息。各地区定期反馈重点客户的经营状况和同类品种的相关信息，发现问题，及时反馈，降低风险发生的概率。

药厂制药员工心得篇二

20xx年的脚步即将迈向身后，回想走过的脚印，深深浅浅一年时间，有欢笑，有泪水，有小小的成功，也有淡淡的失落。20xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。在工作上勤勤恳恳、任劳任怨，在作风上廉洁奉公、务真求实。为了能够更好地指导自己今后的工作，是应该好好静下心来面对自己过去一年中的得失，展望一下未来。我将过去一年中工作的心得体会作如下总结。

1、在过去的一年中，充分发挥主观能动性，全心全意，克尽职责完成本职岗位工作，并积极配合业务部工作需要开展工作，及时完成公司和部门领导布的各项任务。终于不辱使命，没有因为怀孕而影响到工作。

2、与各供应商及客户建立并保持良好关系，确保药品供应顺畅。面对今年来势汹汹的甲流的挑战（部份药品一周用量已经超过平时六周的用量），也没有出现大的断货现象，深表欣慰。

解决销售员的后顾之忧。

1、对于流行性疾病预测力不足，导致对此次的甲流事件手忙脚乱一阵。

2、因为消息上的不灵通，对于药品招标及后续工作跟进不够及时。

1、在以质量为前提的情况下，货比三家，直接降低药品价格。坚持“同等质量比价格，同等价格比质量，最大限度为公司节约成本”的工作原则。

2、对于非现款供货单位发货遵循少量多次的原则，充分利用供方信贷期。

- 3、发货方式尽量以送货上门为主，尽量减少物流费用。
- 4、降低现款供货，寻找新的供货来源。
- 5、稳定现有供应商，开发培养有潜力的供应商，为公司做大做强做好积极准备。
- 6、以遵循gsp为标准，力争更好的做好质管部和供应商之间的桥梁。
- 7、做好物价工作，多方采集消息，提高市场嗅觉能力。
- 8、贯彻公司宗旨，做好招投标工作，为占领的市场份额而积极努力。
- 9、对于周期性及流行性的疾病做好更加充份的准备。
- 10、继续做好销售内勤工作，仍然坚信一个出色的内勤是十个乃至优秀销售员的坚强后盾。

新的一年意味着新的起点，新的机遇，新的挑战，未来从来都是因为它的不确定性而让我们充满激情.我似乎已经看到了我们部门变得强大的光芒，我将留取精华，摒弃糟粕，不纯为了完成任务而工作，要以创造利润来提升自身价值。我将以更饱满的热情投入到各项工作中去，与公司全体员工共同学习、共建和谐、共创辉煌！

药厂制药员工心得篇三

制药企业无论为员工提供何种培训，其目的都是为了实现企业总体目标。然而，在实际培训过程中，往往出现内容、方式、课程、对象、授课老师、培训效果评价与企业总目标联系不紧密，培训只是为了应付gmp检查而流于形式。

制药企业的培训大部分内容是gmp规定，制药企业必须培训。对于这种情况，制药企业一贯的通病就是执行，没有选择的余地，因为，某些高层管理者、人力资源部领导不想把宝贵的时间浪费到员工培训上，因为这给企业带不来效益。只注重结果不看过程的这种培训员工是十分抵触的，学校里的这种学习模式他们已经不能接收，再加上是一些很乏味的法律法规，如果，不注重培训形式、培训氛围，这些内容的培训时很难起到效果的。

第一、没有制定科学合理的培训制度。培训制度作为管理制度的一方面，它是企业文化的.重要组成部分，一个好的企业文化离不开好的培训文化的支持。员工培训应该程序化、科学化、系统化和信息化，靠建立符合企业实际的培训制度来保证。有些企业的管理者对员工的培训还停留在感性认识阶段，而没有按照企业的培训制度，根据企业员工的实际情况进行培训需求评估，培训需求策划，培训效果评价等。

第二、控制不力，培训效果评价滞后或流于形式。培训是否成功，必须经过培训效果评估才能得到验证，计划与控制是相辅相成的，计划确定企业未来某时期的工作目标及采取的行动步骤、策略，而控制能监督计划执行的情况。在计划执行过程中，控制通过信息反馈来纠正产生的偏差。但现实情况是，企业在培训活动中，不能进行有效的控制，再加上没有严格的效果评价体系，培训是否成功，能否为企业带来预期的收益，不得而知。

第一、培训师不了解受训员工的真实需求，培训师在对员工培训之前应事先理解员工的知识背景及需求状况。然后制定具体的课程培训方案，因材施教，成人学习具有自己的特点，它多看重的是所学知识的实用性而不是学术性，注重应用而不注重理论。因此，培训老师对企业员工进行培训时，一定要注意培训内容和方法的选择，培训部门应注重学习者的需要，做到学以致用，避免走过场和过分学历化得倾向。

制药企业在年初制定培训计划时，不是深入一线进行培训需求调研，而是企业现有岗位进行编制。而企业员工由于素质参差不齐，培训需求各异，加之生产任务较紧，培训不可能兼顾所有员工，这就造成一部分素质高，技术过硬的员工，往往因工作繁忙难以脱身而去继续教育的机会。

注：查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内搜索制药企业员工培训计划。

药厂制药员工心得篇四

今年上半年，医药行业生存的宏观环境仍然不容乐观：原材料能源价格继续上扬、药品政策性降价持续、招投标导致的价格竞争失去理性等等，这给我们企业的生产经营工作带来了诸多不利。面对困难形势，我们在公司董事会的领导下，坚持“外抓市场一着不让，内抓管理细致入微”的工作思路，积极采取应对措施，化解不利因素，全力做好市场开发、技术进步和降本增效三项工作，企业生产经营工作在极为不利的形势下取得了可喜的成绩，各项经济指标完成与时间推进达到同步，实现双过半。

6、产销率：目标数为xx%□上半年实绩xx%□

(一)重点品种销售下滑，传统丸剂品种异军突起。

由于受到国家宏观环境的影响，再加上各地医药市场整顿这把双刃剑，导致有些医院对正常的业务工作都不予接待，给我们的销售带来了重重困难。早在年初，公司为强化新品推广力度，着力培育新的增量市场，对销售队伍的结构进行了调整，强化市场的开发与渗透，力争通过高投入、高压力的及与之匹配的激励机制，使我们的专科用药销售再上一个新台阶。但由于医药行业宏观环境的影响，专科用药的销售与我们的预期还有一定的差距。与此同时，我们设置了专职人员

梳理、强化渠道跟踪管理，开拓维护公司普药和传统用药市场，实现与现有医药业态相衔接的工作机制。

我们在抓好销售队伍、销售市场建设的同时，利用企业的产品优势、品牌优势，积极寻求对传统特色品种的总代理和区域代理，充分借助代理商的渠道优势、网络优势和机制优势，扩大我们产品的销售。

上半年，我们企业跟踪的5个重点产品□xxx□与去年同期相比销量均有所下降。但我们的传统丸剂类品种异军突起，因疗效确切、易于吸收，市场前景被代理商看好，一些多年没有生产的老产品如00丸□xxx丸、xxx丸已成为代理商热力推介品种，销售市场陆续打开，成为企业新的增长点。

(二)新产品开发和科技进步成果显著□gmp管理工作进一步加强。

根据“二个开发”(即市场开发、新品开发)一起抓的原则，企业加大了新品研发的跟踪力度，并对已取得产品生产批件的品种着力做好产业化的前期准备工作。上半年，获得00新药证书及生产批件、00生产批件、中药9类00片、00生产批件等，同时进行了包括00、00等新产品的大生产工艺参数摸索工作，为这些产品顺利投放市场做好工艺技术准备。

与此同时，我们还建立gmp长效管理机制，组织全员进行相关文件的再学习和考核，要求每一位员工从思想上高度重视、生产过程中严格执行。并且强化对进厂原料、出厂成品质量检验，加强生产现场的监控考核，确保整个生产过程处于受控状态，减少不必要的生产过程中的成本上升。

今年上半年，我们主要产品一次合格率均达到考核指标，产品市场抽检合格率100%。

(三)降本增效成效明显，管理工作得到加强。

今年，我们继续深化预算管理，以预算管理为中心，严格控制费用支出和生产成本。同时，面对近年来行业显现的基本特征，即毛利率“屡往低处走”、销售“量增利减”增销不增效、利润空间不断下降的实际，从企业内部挖潜入手，强化全员节约意识，让每个部门、每个流程、每个岗位订出降本增效的目标、措施，责任到人。同时，还在05年降本增效量化考核取得成效的基础上按照“四定原则”（即：定项目、定目标、定责任人、定考核办法）制定了00项降本增效量化指标，并修订了相应的考核办法，以限度的降低采购成本、营销成本、管理成本等，挖掘内部潜力，从而控制和减缓了成本费用上升的势头。

1、市场开发工作：分析研究市场，跟进有力措施，继续抓住四个方面也就是抓主产品销售、抓主销区销售、抓代理商销售、抓快批，倾全公司之力，确保全年指标完成，开创营销工作的新局面。

第一：继续抓好市场网络建设，尤其是重点品种的终端市场网络建设，在巩固现有市场的同时，全面开展第三终端及低端市场的促销工作，结合农村市场由于“新农合”政策出台而显现的500亿商机，以及社区医疗服务中心构建工作的启动，制定相应推进计划及工作措施、销售激励政策、市场开发奖励政策，充分调动业务人员的工作积极性，力争取得高端、中低端市场双赢。

第二：公司所有工作要继续围绕市场、加强服务，销售工作要巩固原有市场份额，同时针对不同品种、不同地区、不同顾客的情况，采取积极灵活的销售策略，对竞争性品种实行产品扩张战略；对高附加值的品种实行稳定地市场开发战略；对特殊规格品种实行差异化销售战略。在做好主导品种销售的同时，进一步做好新产品的市场开发，进一步进行产品结构调整。

第三：继续抓好营销队伍的管理。能否做好下半年的销售工

作，关键是调动一线营销人员的积极性，激发他们的主观能动性。销售部、市场部经理蹲点困难地区，在抓全面工作的同时，定点对销售回款大幅下滑、重点品种下降量大、新品及低端市场开发能力弱的区域，给予指导、协助，尽快扭转销售下滑局面。

第四：高度重视营销风险，加强重点客户维护，及时掌握客户的动态信息。各地区定期反馈重点客户的经营状况和同类品种的相关信息，发现问题，及时反馈，降低风险发生的概率。

药厂制药员工心得篇五

今年上半年，医药行业生存的宏观环境仍然不容乐观：原材料能源价格继续上扬、药品政策性降价持续、招投标导致的价格竞争失去理性等等，这给我们企业的'生产经营工作带来了诸多不利。面对困难形势，我们在公司董事会的领导下，坚持“外抓市场一着不让，内抓管理细致入微”的工作思路，积极采取应对措施，化解不利因素，全力做好市场开发、技术进步和降本增效三项工作，企业生产经营工作在极为不利的形势下取得了可喜的成绩，各项经济指标完成与时间推进达到同步，实现双过半。

6、产销率：目标数为00%，上半年实绩00%。

（一）重点品种销售下滑，传统丸剂品种异军突起。

由于受到国家宏观环境的影响，再加上各地医药市场整顿这把双刃剑，导致有些医院对正常的业务工作都不予接待，给我们的销售带来了重重困难。早在年初，公司为强化新品推广力度，着力培育新的增量市场，对销售队伍的结构进行了调整，强化市场的开发与渗透，力争通过高投入、高压力和与之匹配的激励机制，使我们的专科用药销售再上一个新台阶。但由于医药行业宏观环境的影响，专科用药的销售与我

们的预期还有一定的差距。与此同时，我们设置了专职人员梳理、强化渠道跟踪管理，开拓维护公司普药和传统用药市场，实现与现有医药业态相衔接的工作机制。

我们在抓好销售队伍、销售市场建设的同时，利用企业的产品优势、品牌优势，积极寻求对传统特色品种的总代理和区域代理，充分借助代理商的渠道优势、网络优势和机制优势，扩大我们产品的销售。

上半年，我们企业跟踪的5个重点产品：000，与去年同期相比销量均有所下降。但我们的传统丸剂类品种异军突起，因疗效确切、易于吸收，市场前景被代理商看好，一些多年没有生产的老产品如00丸、000丸、000丸已成为代理商热力推介品种，销售市场陆续打开，成为企业新的增长点。

（二）新产品开发和科技进步成果显著□gmp管理工作进一步加强。

根据“二个开发”（即市场开发、新品开发）一起抓的原则，企业加大了新品研发的跟踪力度，并对已取得产品生产批件的品种着力做好产业化的前期准备工作。上半年，获得00新药证书及生产批件、00生产批件、中药9类00片、00生产批件等，同时进行了包括00、00等新产品的大生产工艺参数摸索工作，为这些产品顺利投放市场做好工艺技术准备。

与此同时，我们还建立gmp长效管理机制，组织全员进行相关文件的再学习和考核，要求每一位员工从思想上高度重视、生产过程中严格执行。并且强化对进厂原料、出厂成品质量检验，加强生产现场的监控考核，确保整个生产过程处于受控状态，减少不必要的生产过程中的成本上升。

今年上半年，我们主要产品一次合格率均达到考核指标，产品市场抽检合格率100%。

（三）降本增效成效明显，管理工作得到加强。

今年，我们继续深化预算管理，以预算管理为中心，严格控制费用支出和生产成本。同时，面对近年来行业显现的基本特征，即毛利率“屡往低处走”、销售“量增利减”增销不增效、利润空间不断下降的实际，从企业内部挖潜入手，强化全员节约意识，让每个部门、每个流程、每个岗位订出降本增效的目标、措施，责任到人。同时，还在05年降本增效量化考核取得成效的基础上按照“四定原则”（即：定项目、定目标、定责任人、定考核办法）制定了00项降本增效量化指标，并修订了相应的考核办法，以限度的降低采购成本、营销成本、管理成本等，挖掘内部潜力，从而控制和减缓了成本费用上升的势头。

1、市场开发工作：分析研究市场，跟进有力措施，继续抓住四个方面也就是抓主产品销售、抓主销区销售、抓代理商销售、抓快批，倾全公司之力，确保全年指标完成，开创营销工作的新局面。

第一：继续抓好市场网络建设，尤其是重点品种的终端市场网络建设，在巩固现有市场的同时，全面开展第三终端及低端市场的促销工作，结合农村市场由于“新农合”政策出台而显现的500亿商机，以及社区医疗服务中心构建工作的启动，制定相应推进计划及工作措施、销售激励政策、市场开发奖励政策，充分调动业务人员的工作积极性，力争取得高端、中低端市场双赢。

第二：公司所有工作要继续围绕市场、加强服务，销售工作要巩固原有市场份额，同时针对不同品种、不同地区、不同顾客的情况，采取积极灵活的销售策略，对竞争性品种实行产品扩张战略；对高附加值的品种实行稳定地市场开发战略；对特殊规格品种实行差异化销售战略。在做好主导品种销售的同时，进一步做好新产品的市场开发，进一步进行产品结构调整。

第三：继续抓好营销队伍的管理。能否做好下半年的销售工作，关键是调动一线营销人员的积极性，激发他们的主观能动性。销售部、市场部经理蹲点困难地区，在抓全面工作的同时，定点对销售回款大幅下滑、重点品种下降量大、新品及低端市场开发能力弱的区域，给予指导、协助，尽快扭转销售下滑局面。

第四：高度重视营销风险，加强重点客户维护，及时掌握客户的动态信息。各地区定期反馈重点客户的经营状况和同类品种的相关信息，发现问题，及时反馈，降低风险发生的概率。

药厂制药员工心得篇六

一月份检修车间夹层水管路、蒸汽管路、消防管路等，确保二月份假期的安全。

二月份检修压片机、胶囊填充机、铝塑泡罩包装机、一步制粒机以及湿法制粒机等设备，确保假期后顺利生产。

三月份开空调冷水机组，确保洁净区温湿度合格。

四月份对空气压缩机进行保养，真空系统进行保养，净化空调进行保养。

五月份准备进行普通固体车间胶囊剂的认证工作，对制水系统及纯蒸汽发生器进行验证工作，并改造。

六月份迎接药监局老师的检查，并进行整改工作，对制水系统及车间布局进行设计改造。

七月份进行车间制药设备固定资产盘点工作。

八月份对车间老旧设备进行考察，计算能耗与产能，核算成

本，对老设备进行淘汰，并考察一些新设备。

九月份购买部分新设备，如总混机、铝包机等，并进行安装调试。

十月份对全部设备进行大修，对新购设备进行验证工作。

十一月份对车间办公室进行供暖，对整个厂房及配电室电气系统进行检修。

十二月份对工作进行总结，并做下一年计划。

以上是xx年的工作总结□xx年我们要加大力度寻找新兴技术，最大限度的提高产量，并改进生产工艺，降低成本，提高质量，做老百姓用得起的好药。

xx年即将来临，在此祝福我们的企业越做越好，祝福药圈的朋友工作顺利，祝福我们国家的医药事业蓬勃发展。

药厂制药员工心得篇七

今年上半年，医药行业生存的宏观环境仍然不容乐观：原材料能源价格继续上扬、药品政策性降价持续、招投标导致的价格竞争失去理性等等，这给我们企业的生产经营工作带来了诸多不利。面对困难形势，我们在公司董事会的领导下，坚持“外抓市场一着不让，内抓管理细致入微”的工作思路，积极采取应对措施，化解不利因素，全力做好市场开发、技术进步和降本增效三项工作，企业生产经营工作在极为不利的形势下取得了可喜的成绩，各项经济指标完成与时间推进达到同步，实现双过半。

6、产销率：目标数为00%，上半年实绩00%。

（一）重点品种销售下滑，传统丸剂品种异军突起。

由于受到国家宏观环境的影响，再加上各地医药市场整顿这把双刃剑，导致有些医院对正常的业务工作都不予接待，给我们的销售带来了重重困难。早在年初，公司为强化新品推广力度，着力培育新的增量市场，对销售队伍的结构进行了调整，强化市场的开发与渗透，力争通过高投入、高压力和与之匹配的激励机制，使我们的专科用药销售再上一个新台阶。但由于医药行业宏观环境的影响，专科用药的销售与我们的预期还有一定的差距。与此同时，我们设置了专职人员梳理、强化渠道跟踪管理，开拓维护公司普药和传统用药市场，实现与现有医药业态相衔接的工作机制。

我们在抓好销售队伍、销售市场建设的同时，利用企业的产品优势、品牌优势，积极寻求对传统特色品种的总代理和区域代理，充分借助代理商的渠道优势、网络优势和机制优势，扩大我们产品的销售。

上半年，我们企业跟踪的5个重点产品：000，与去年同期相比销量均有所下降。但我们的传统丸剂类品种异军突起，因疗效确切、易于吸收，市场前景被代理商看好，一些多年没有生产的老产品如00丸、000丸、000丸已成为代理商热力推介品种，销售市场陆续打开，成为企业新的增长点。

（二）新产品开发和科技进步成果显著□gmp管理工作进一步加强。

根据“二个开发”（即市场开发、新品开发）一起抓的原则，企业加大了新品研发的跟踪力度，并对已取得产品生产批件的品种着力做好产业化的前期准备工作。上半年，获得00新药证书及生产批件、00生产批件、中药9类00片、00生产批件等，同时进行了包括00、00等新产品的大生产工艺参数摸索工作，为这些产品顺利投放市场做好工艺技术准备。

与此同时，我们还建立gmp长效管理机制，组织全员进行相关文件的再学习和考核，要求每一位员工从思想上高度重视、

生产过程中严格执行。并且强化对进厂原料、出厂成品质量检验，加强生产现场的监控考核，确保整个生产过程处于受控状态，减少不必要的生产过程中的成本上升。

今年上半年，我们主要产品一次合格率均达到考核指标，产品市场抽检合格率100%。

（三）降本增效成效明显，管理工作得到加强。

今年，我们继续深化预算管理，以预算管理为中心，严格控制费用支出和生产成本。同时，面对近年来行业显现的基本特征，即毛利率“屡往低处走”、销售“量增利减”增销不增效、利润空间不断下降的实际，从企业内部挖潜入手，强化全员节约意识，让每个部门、每个流程、每个岗位订出降本增效的目标、措施，责任到人。同时，还在05年降本增效量化考核取得成效的基础上按照“四定原则”（即：定项目、定目标、定责任人、定考核办法）制定了00项降本增效量化指标，并修订了相应的考核办法，以限度的降低采购成本、营销成本、管理成本等，挖掘内部潜力，从而控制和减缓了成本费用上升的势头。

1、市场开发工作：分析研究市场，跟进有力措施，继续抓住四个方面也就是抓主产品销售、抓主销区销售、抓代理商销售、抓快批，倾全公司之力，确保全年指标完成，开创营销工作的新局面。

第一：继续抓好市场网络建设，尤其是重点品种的终端市场网络建设，在巩固现有市场的同时，全面开展第三终端及低端市场的促销工作，结合农村市场由于“新农合”政策出台而显现的500亿商机，以及社区医疗服务中心构建工作的启动，制定相应推进计划及工作措施、销售激励政策、市场开发奖励政策，充分调动业务人员的工作积极性，力争取得高端、中低端市场双赢。

第二：公司所有工作要继续围绕市场、加强服务，销售工作要巩固原有市场份额，同时针对不同品种、不同地区、不同顾客的情况，采取积极灵活的销售策略，对竞争性品种实行产品扩张战略；对高附加值的品种实行稳定地市场开发战略；对特殊规格品种实行差异化销售战略。在做好主导品种销售的同时，进一步做好新产品的市场开发，进一步进行产品结构调整。

第三：继续抓好营销队伍的管理。能否做好下半年的销售工作，关键是调动一线营销人员的积极性，激发他们的主观能动性。销售部、市场部经理蹲点困难地区，在抓全面工作的同时，定点对销售回款大幅下滑、重点品种下降量大、新品及低端市场开发能力弱的区域，给予指导、协助，尽快扭转销售下滑局面。

第四：高度重视营销风险，加强重点客户维护，及时掌握客户的动态信息。各地区定期反馈重点客户的经营状况和同类品种的相关信息，发现问题，及时反馈，降低风险发生的概率。

药厂制药员工心得篇八

新的一年就要开始了，在新的一年里，公司将面临中药现代化工程建设、通过gmp认证和xx花园建设等重点工作任务。我们肩上的责任更重，我们面临的困难也将更多。

首先，是要进一步按照现代企业制度的要求，结合gmp认证全面建立和完善公司的各项管理规章制度。要通过岗位责任制的有效实施，确保公司内部管理水平和管理效益的同步提高。我们要进一步加大内部管理工作中的监督检查和管理反馈力度，采取多种机动灵活的管理监督检查方法和措施，确保各项管理工作的实效。同时，要积极引入竞争机制、激励机制和约束机制，真正将公司的管理工作纳入科学化、规范化、标准化的轨道上来。

其次，是要根据公司事业发展的需求，进一步加强对公司员工队伍整体素质的提升工作。要在20xx年实施员工教育培训的基础上，充分利用各种有效的教育培训方式，在员工队伍中开展系统的规章制度□gmp管理知识和岗位技能等方面的教育培训工作。要认真贯彻集团公司提出的以人为本的管理理念，通过行之有效的教育培训方式和切合实际的教育培训内容，真正将公司的各项管理知识和各专业岗位的业务技能灌输到员工的心目当中，变成员工自觉的行为规范和行为标准。为公司顺利通过gmp认证奠定坚实的人员素质基础。

第三，是要进一步强化服务市场的意识，提高市场保障工作的质量和效率，当好公司市场开拓的后勤。

第四，是要积极服从和服务于公司国家级高技术产业化示范项目工程实施的需要，加强与各金融部门的沟通与协调，加大融资工作的力度，保障公司基本运营资金的需要。

第五，是要加快xx花园工程的建设，争取使该项目早日竣工，发挥效益。

转眼之间，我们又将要踏上崭新的征程。新的一年，挑战和机遇并存，困难与希望同在。面对gmp认证和保持公司事业稳步发展的双重使命，我们肩上的责任更重，我们的信心也更强。我们一定要不折不扣地按照集团公司的总体部署，脚踏实地地强化内部管理，提高综合素质，以饱满的工作热情和顽强的拼搏精神，通过我们更加科学的管理和更加细致的工作，将公司的事业全面推向前进。全力打造出公司事业更加灿烂辉煌的明天！

北京紫竹药业有限公司通过参加集团公司的20xx年半年工作会，认真学习领会卫董事长题为《以激情创造未来的希望 以协同引领价值的提升》的讲话和贺总经理所做的《抢抓机遇 乘势而上 确保圆满完成全年各项任务》的报告的重要精

神。7月30日紫竹药业领导班子进一步分析总结了今年上半年公司各方面工作的进展情况，8月8日，紫竹药业又召开了二届一次职工代表大会，在会上，尹栩颖董事长和韩香能总经理就上半年的公司经营业绩和下半年的计划安排向与会的职工代表做了一个深入细致的汇报，使紫竹药业广大职工明确了目标，增加了信心，踌躇满志地开展今年下半年的各项重点工作。

第一，不断加强市场营销体系建设，加大营销创新工作力度，与去年同期相比，今年上半年的销售情况有了大幅度的提升，主打产品女性生殖健康药物、紧急避孕类药物、抗早孕药物在市场中的占有率得到了稳步的巩固与提升，实现产品销售收入37384.49万元，实现利润6493.43万元，分别比去年同期增长26.15%和20.42%，为完成20xx年全年预算打开了一个良好局面。保持了企业经济持续增长的良好势头。下半年，紫竹药业将逐步建立以信息化管理为辅助手段的营销决策系统，科学合理利用crm系统数据和第三方市场数据，确保销售指标的完成。同时进一步分析国际目标市场，不断开拓新的客户群，扩大公司和产品的国际知名度，在下半年完成全年总出口供货额的既定目标。

第二，紫竹药业紧密围绕6s管理报告的核心内容，在强调四个中心即以生产、管理、营销和研发为中心的基础上，强化风险管理意识，有效地开展技术质量管理、财务管理、内部审计、人力资源管理和信息管理等工作，并以科学的管理牵动公司发展的各项环节，为营销、生产和研发等工作打好坚实基础，保证了公司的科学运营。下半年，紫竹药业将进一步加大精细化管理的力度，以技术质量管理提升产品质量，“安全第一，预防为主”，严防质量事故和安全事故的发生，同时整合财务管理资源，提高财务运作水平，辅之以深入持久的内审检查工作，不断优化工作流程，开创工作新局面。

第三，按照集团的国际化战略目标，紫竹药业在上半年继续

坚持走国际化的发展道路，围绕研发中心，继续深入开展同步国际、自主创新的各项工作，全面调动公司相关部门配合开展国际认证工作，紧跟市场化、国际化步伐，全面整合公司和国内外现有研发资源。在公司各相关部门的共同努力下，左炔诺孕酮cos认证工作在今年取得了突破性进展，6月19日正式收到了edqm的文件资料发补函。下半年，公司将全面开展注册申报工作和项目研究工作，争取获得炔雌醇、氢溴酸樟柳碱生产批件，同时完成睾酮贴片及睾酮原料的现场核查，药品检验复核以及米非司酮增加适应症的申报等工作，同时进一步加快国际认证进程，使公司产品达到欧美等国际准入的各项标准。

第四，加快了秦皇岛紫竹药业国际化生殖健康产业基地的建设进程，目前已完成了《环境影响评价报告书》、新土地合同的签订、完成一期工程施工单位的招标工作，并于6月8日举行了秦皇岛紫竹药业有限公司奠基典礼。今年下半年，公司将进一步整合各种有效资源，配合国际化认证工作，积极稳妥地完成原料药基地建设的年度工作安排，争取早日打造一个具备国际先进水平的甾体药物生产基地，成为我国女性生殖健康产业领域的领导力量。

通过紫竹药业全体员工的共同努力，今年上半年公司各方面进展良好，下半年，紫竹药业将继续以集团半年工作会的精神为指导，同心同德，奋力拼搏，以营销、生产、研发、管理四项工作为中心，深入总结上半年工作的成功经验，全面推进公司科学发展，为顺利完成20xx年度预算计划，力争在“十一五”发展规划的第二个年头取得新的突破，实现紫竹药业的新飞跃而共同努力！