

最新药品销售规划方案 药品销售人员的工作计划(优秀7篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

药品销售规划方案篇一

20xx年，我们将医药销售市场打开新的思路，在保证医药品安全合格的基础上，罗列出以下销售计划和目标。

20xx年医药销售工作计划销售70万盒，力争100万盒，需要对市场问题进行必要的分析，对进行更细致的划分，并进行必要的工作指导和要求。

一、目前医药市场分析：

目前在全国基本上进行了点的销售网络建设，但因为零售价格过低，18.00元/盒，平均销售价格在11.74元，共货价格在3—3.60元，相当于19—23扣，部分地区的零售价格在17.10元/盒，因为为新品牌，需要进行大量的开发工作，而折合到单位盒的利润空间过小，造成了代理商业或业务员不愿意投入而没有进行必要的市场拓展。

经过与业务员的大量沟通，业务员缺乏对公司的信赖，主要原因是公司管理表面简单，实际复杂，加上地区经理的感情及不合适的沟通措辞其他相关因素，造成了心理上的压力，害怕投入后市场进行新的划分、或市场的失控，造成冲货、窜货的发生，不愿意进行市场投入，将变为情感的销售，实际上，因为低利润的原因，这样的情况将可能持续到每个市场的润

利润在10000以后才有所改变。

如果强制性的进行市场的划分，因为公司没有进行必要的投入、更没有工资、费用的支持，加上产品的单一、目前利润很少，并没有让业务员形成对公司的依赖、销售代表对公司也没有无忠实度，势必造成市场竞争的混乱，相互的恶性竞争，不仅不能拓展市场，更可能会使市场畏缩。

二、 营销手段的分析：

所有经营活动必须有一个统一的营销模式，而不是所谓的放任自流，凭借代理商的主观能动性去把握和操作市场，因为产品价格定位、产品用途的定位、同类产品的竞争分析等综合因素的考虑，更不可能期望于业务员替换单盒利润空间大的某个产品，事实上也是如此，与我来公司的前提出的以Otc□以农村市场为目标市场的市场销售定位为主、以会议营销实现网络的组建和管理，迅速提高市场的占有率。而依据业务员的自觉性来任其发展，公司只能听凭市场的自然发展，失去主动性。

三、 公司的支持方面分析：

到目前为止，公司对市场支持工作基本上为0，而所有新产品进行市场开拓期，没有哪个企业没有进行市场的适当投入，因为目前医药市场的相对透明，市场开拓费用的逐步增加，销售代表在考虑风险的同时，更在考虑资金投入的收益和产出比例，如果在相同投入、而产出比例悬殊过大，代表对其的忠实度也过底。而比较成功的企业无疑在新产品进入市场前期进行必要的支持与投入。

四、 管理方面分析：

新业务员及绝大部分业务员对公司管理存在较大的怀疑，几乎所有人的感觉是企业没有实力、没有中外合资企业的基本

管理流程，甚至彼此感觉缺乏信任、没有安全感。

企业发展的三大要素之一是人力资本的充分发挥、组织行为的绝对统一、企业文化对员工的吸引及绝对的凝聚力。

管理的绝对公平和公正、信息反馈的处理速度和能力的机制的健全。而目前公司在管理问题上基本还是凭借主观的臆断而处理问题。

药品销售规划方案篇二

目前在全国基本上进行了点的销售网络建设，但因为零售价格过低，18.00元/盒，平均销售价格在11.74元，共货价格在3—3.60元，相当于19—23扣，部分地区的零售价格在17.10元/盒，因为为新品牌，需要进行大量的开发工作，而折合到单位盒的利润空间过小，造成了代理商业或业务员不愿意投入而没有进行必要的市场拓展。

经过与业务员的大量沟通，业务员缺乏对公司的信赖，主要原因是公司管理表面简单，实际复杂，加上地区经理的感情及不合适的沟通措辞其他相关因素，造成了心理上的压力，害怕投入后市场进行新的划分、或市场的失控，造成冲货、窜货的发生，不愿意进行市场投入，将变为情感的销售，实际上，因为低利润的原因，这样的情况将可能持续到每个市场的润利润在10000以后才有所改变。

如果强制性的进行市场的划分，因为公司没有进行必要的投入、更没有工资、费用的支持，加上产品的单一、目前利润很少，并没有让业务员形成对公司的依赖、销售代表对公司也没有无忠实度，势必造成市场竞争的混乱，相互的恶性竞争，不仅不能拓展市场，更可能会使市场畏缩。

到目前为止，公司对市场支持工作基本上为0，而所有新产品进行市场开拓期，没有哪个企业没有进行市场的适当投入，

因为目前医药市场的相对透明，市场开拓费用的逐步增加，销售代表在考虑风险的同时，更在考虑资金投入的收益和产出比例，如果在相同投入、而产出比例悬殊过大，代表对其的忠实度也过底。而比较成功的企业无疑在新产品进入市场前期进行必要的支持与投入。

新业务员及绝大部分业务员对公司管理存在较大的怀疑，几乎所有人的感觉是企业没有实力、没有中外合资企业的基本管理流程，甚至彼此感觉缺乏信任、没有安全感。

企业发展的三大要素之一是人力资本的充分发挥、组织行为的绝对统一、企业文化对员工的吸引及绝对的凝聚力。

管理的绝对公平和公正、信息反馈的处理速度和能力的机制的健全。而目前公司在管理问题上基本还是凭借主观的臆断而处理问题。

根据以上实际情况，为了保证企业的健康发展、充分发挥各智能部门的能动性、提高销售代表对企业的依赖性和忠实度，对20xx年工作做出如下计划和安排：

目前市场基本上实现了布点的完成工作，通过近半年的彼此磨合与考察，对目前所有人员的资性程度应该得到认可，为了绝对回避风险，企业应该确定其管理的主要地位，然后适当进行必要的诱导和支持，进行市场的拓展和网络建设工作，具体要求如下：

根据目前市场情况，应该确立以目前地区经理为主要负责人、网络拓展的基础的整体思想，仍然将市场定位在otc及农村市场上，必须加强对市场网络组建的要求，保障点面的结合工作。

2、在8月底前，要求全部代表进行必要的招商、招聘工作，要求在当地招聘，费用控制在20xx内，公司用货物支持，对

不能配合的地区经理资格。对招商业成功的地区实行奖励，凡新开发的地区，一次性销售5件以上，给予1件的奖励。

公司应该形成规范的管理，绝对避免给业务员造成管理混乱、动荡的错觉，明确一切销售活动都是为公司发展的观念，树立管理者的威信，明确目前是市场开发阶段，业务员并非能赚取多少利润的现状，让业务员全心投入；指定公司以otc会议推广销售的网络组建模式，再实现适当的微调，而不是放任自流。

所有销售都是为公司服务，所有员工都是企业的资源，销售活动是为企业发展服务。无论销售公司的什么产品，都是属于公司。而全部的网络、人员本身就是公司的资源，应该充分利用此资源，进行整体营销售及管理。

成都既然已经成立了营销售中心，应该将整个业务转移到成都，所有合同的管理、合同的审查、货款的催收、商业档案收集及管理、发货的确定等等，乐山只能作为特殊合同的审批、和后勤保障工作。

没有哪个企业销售中心根本不知道详细的发货情况、销售情况、回款情况的，这无论对市场的信息反馈还是市场控制都不利，营销中心对市场的决策主要信息来源为各种销售数据，如果失去这些数据，营销中心失去意义。

因此，具体要求为：

负责全部的销售工作，乐山应该将全部的信息反馈直接转交到成都，成都进行必要的信息处理，而不是出现许多乐山事先进行处理、处理不下来后再让成都处理的局面，让业务员失去对企业的信任度。

提供每天的销售信息，发货、回款信息，应该严格管理，对重大合同实现审批。只能作为后勤保障和问题的最终决断处

理。

1、召开一次全国地区经理会议，规定统一的市场运做模式，加强业务员对企业的信心，提高对企业的凝聚能力。

2、要求对市场进行细分、进行招商、招聘，费用有公司采取用药品冲抵的方法，减少公司现金的支出。

3、继续加大对市场的保护，要求统一销售价格。加大对市场的支持力度。

4、加强对合同和商业的管理。

1、分销商的合同管理

2、招商的利弊管理-----会议培训

3□ 20xx年上半年销售情况及下半年工作销售指标

药品销售规划方案篇三

印发《广东省市场监督管理局关于广东省食品从业人员健康检查的管理办法》，要求从事接触直接入口食品工作的从业人员每年在有资质的医院按规定进行健康检查，并取得省市场^v签发的《广东省食品从业人员健康证明》。印发《广东省市场监督管理局关于广东省食品安全管理人员的管理办法》，规定食品生产经营者按规模和类别配备对应级别的专职或兼职食品安全管理人员；要求管理人员掌握相应食品安全专业知识，能正确执行食品安全法律法规、食品安全标准，具备食品安全管理工作实践经验，并在食品生产经营单位从事食品安全管理工作；食品安全管理人员应取得省市场^v签发的《广东省食品安全管理人员考试合格证明》，并按要求定期接受相关的培训和继续教育等。社会公众可在“广东食品安全管理人员服务”“广东省食品从业人员健康管理”

等微信公众号上查询食品安全管理人员考试合格证明和食品从业人员健康证明信息，同时食品生产经营单位在“食品安全信息公示栏”上公开本单位所配备的食品安全管理人员和食品从业人员健康证明的相关信息。

《药品生产质量管理规范》《医疗器械生产质量管理规范》《化妆品生产质量管理规范》明确规定药品、医疗器械、化妆品等生产企业的管理以及操作人员应当具有适当资质（含学历、培训和实践经验）。《药品经营质量管理规范》《医疗器械经营质量管理规范》规定了药品、医疗器械经营企业相关工作人员的资格要求。省药监局印发《药品零售企业分级分类的管理办法（试行）》，按照药品经营企业不同类别，细化药学技术人员以及关键岗位人员的资质准入和履职要求。印发《广东省药品零售许可验收实施细则》，进一步明确对药品经营企业药师或者其他药学技术人员的资质要求，强调要发挥药学服务水平，对“挂靠”行为、执业药师不能真正在岗履行药学服务的行为进行依法严肃处理。印发《新冠疫苗生产企业及医疗器械生产企业加强高风险岗位人员疫情防控工作指引的通知》，加强对药品从业人员新冠肺炎疫情防控日常管理，做好应急管理相关工作。印发《广东省药品监督管理局药学技术人员备案工作管理规范》，进一步规范我省药学技术人员执业行为、促进药学技术人员在岗在职，切实加强全省药学技术人员备案工作。

围绕百万产业工人和百万新型农村劳动者，开展大规模职业技能培训，全面提升劳动者职业技能水平和就业能力。省人力资源社会保障厅扶持建设“食品质量与安全检测”等183个重点专业和“药物制剂”等40个特色专业。在全省扶持建设6个“粤菜师傅”培养示范基地，各给予500万元建设补助资金支持。在全省范围内认定30名五星级“粤菜师傅”名厨、79名四星级“粤菜师傅”名厨。开展职业技能等级认定，2021年，我省新增职业技能等级证书人数为万人次，推动广州白云山和记黄埔中药有限公司、深圳金拱门食品有限公司等相关评价机构组织食品药品从业人员开展“医药商品购销员”“药

物制剂工”“咖啡师”等职业（工种）技能等级认定，共开展职业技能等级认定2545人次。

（二）建立健全严格的食品药品安全监管制度

制定出台地方性法规《广东省化妆品安全条例》，实施《广东省药品零售企业分级分类的管理办法（试行）》《广东省食品药品监督管理局第二类医疗器械优先审批程序》《广东省药品现代物流技术指南（试行）》等法规配套制度。全省主持或参与起草并颁布的国家标准、行业标准、地方标准、团体/联盟标准共246项；颁布《广东省中药材标准》3册、《广东省医疗机构制剂规范》6册，起草制定中药材（饮片）标准149份。通过“九个统一”推进全省疫苗监管mqc建设的协调统一、有机整合，并从疫苗监管领域逐步推向药品、医疗器械、化妆品全部监管领域。目前，共有适用的法律法规、部门规章和规范性文件221份、药品监管质量管理体系文件145份纳入管理。

（三）积极推进食品药品安全信用体系建设

全省21个地级以上市全部搭建了市级公共信用平台，并与信用广东平台实现互联互通，形成覆盖全省的公共信用平台体系。截至2022年2月底，信用广东平台累计归集各类信用数据超过175亿条，覆盖全省1500多万市场主体，查询量突破14亿次，稳居全国前列。同时依托数字政府一体化平台对接21个地市、47个部门，根据业务需求支撑全省399个业务系统开展信用核查应用，为各系统提供接口调用服务2亿次。

制定出台《加快推进重点领域信用建设 构建以信用为基础的新型监管机制实施方案》，围绕充分发挥信用创新监管机制作用，在食品药品等28个重点领域深入推进信用监管，明确部署建立食品生产企业信用分类模型和信用承诺制度，开展药品领域严重违法失信名单管理以及推进药品生产经营企业信用分类管理。省农业农村厅制定印发《广东省农产品质量

安全信用体系建设采信及评价工作方案（试行）》，建立农产品质量安全信用信息采集和评价指标体系，试行开展信用信息归集、评价、共享和应用，推动行业监管从“门槛管理”向“信用管理”转变。省药监局探索将药品安全信用状况与医疗医保政策衔接，引导安全信用良好的企业、质量可控性更好的产品优先进入医疗采购和医保目录，优化提升公众对药物的可及性。

省人民政府印发《广东省建立完善守信联合激励和失信联合惩戒制度的实施方案》，提出对食品药品领域或存在严重失信行为实施联合惩戒。省市场^v严格落实经营异常名录与严重违法失信企业名单管理制度，建立食品等失信主体信用约束制度，根据行业主管部门提供的不良企业信用记录，配合做好信用联合惩戒工作，在市场监管领域市场准入和综合业务审批环节嵌入信用核查功能，限制或禁止失信主体办理业务。省药监局依法依规建立严重违法失信名单判定标准、公示制度和信息共享机制，根据监管相对人的信用等级实施不同的监管措施，实施守信激励和失信惩戒机制，在全省范围内建立执业药师执业行为个人诚信记录，对优良诚信记录执业药师提供更多服务与支持，对失信执业药师进行惩戒。

（四）持续深入推进食品放心工程

省农业农村厅联合省公安厅、省市场^v等7部门印发《广东省食用农产品“治违禁 控药残 促提升”三年行动计划（2021-2024年）实施方案》，聚焦“三颗菜”（豇豆、韭菜、芹菜）、“一枚蛋”（鸡蛋）、“一只鸡”（乌鸡）、“两盘肉”（肉牛、肉羊）、“四条鱼”（大口黑鲈、乌鳢、鳊鱼、大黄鱼）等禁限用农药、停用兽药使用问题以及常规农兽药残留超标问题较为突出的11种食用农产品，采取“一个问题品种、一张整治清单、一套攻坚方案、一批管控措施”的“四个一”精准治理模式，推进常规农兽药残留速测，加大监督抽查力度，开展针对性执法监管和飞行检查，依法严厉打击违法使用和非法添加禁限用药物，力争用3年左右时间，

推动生产方式进一步转型升级，违法使用禁限用药物问题基本解决，常规农兽药残留超标问题有效遏制。

药品销售规划方案篇四

一、目前医药市场分析：

目前在全国基本上进行了点的销售网络建设，但因为零售价格过低，18.00元/盒，平均销售价格在11.74元，共货价格在3—3.60元，相当于19—23扣，部分地区的零售价格在17.10元/盒，因为为新品牌，需要进行大量的开发工作，而折合到单位盒的利润空间过小，造成了代理商业或业务员不愿意投入而没有进行必要的市场拓展。

经过与业务员的大量沟通，业务员缺乏对公司的信赖，主要原因诗司管理表面简单，实际复杂，加上地区经理的感情及不合适的沟通措辞其他相关因素，造成了心理上的压力，害怕投入后市场进行新的划分、或市场的失控，造成冲货、窜货的发生，不愿意进行市场投入，将变为情感的销售，实际上，因为低利润的原因，这样的情况将可能持续到每个市场的润利润在10000以后才有所改变。

如果强制性的进行市场的划分，因为公司没有进行必要的投入、更没有工资、费用的支持，加上产品的单一、目前利润很少，并没有让业务员形成对公司的依赖、销售代表对公司也没有无忠实度，势必造成市场竞争的混乱，相互的恶性竞争，不仅不能拓展市场，更可能会使市场畏缩。

二、营销手段的分析：

所有经营活动必须有一个统一的营销模式，而不是所谓的放任自流，凭借代理商的主观能动性去把握和操作市场，因为产品价格定位、产品用途的定位、同类产品的竞争分析等综合因素的考虑，更不可能期望于业务员替换单盒利润空间大

的某个产品，事实上也是如此，与我来公司的前提出的以Otc□以农村市场为目标市场的市场销售定位为主、以会议营销实现网络的组建和管理，迅速提高市场的占有率。而依据业务员的自觉性来任其发展，公司只能听凭市场的自然发展，失去主动性。

三、公司的支持方面分析：

到目前为止，公司对市场支持工作基本上为0，而所有新产品进行市场开拓期，没有哪个企业没有进行市场的适当投入，因为目前医药市场的相对透明，市场开拓费用的逐步增加，销售代表在考虑风险的同时，更在考虑资金投入的收益和产出比例，如果在相同投入、而产出比例悬殊过大，代表对其的忠实度也过底。而比较成功的企业无疑在新产品进入市场前期进行必要的支持与投入。

四、管理方面分析：

新业务员及绝大部分业务员对公司管理存在较大的怀疑，几乎所有人的感觉是企业没有实力、没有中外合资企业的基本管理流程，甚至彼此感觉缺乏信任、没有安全感。

企业发展的三大要素之一是人力资本的充分发挥、组织行为的绝对统一、企业文化对员工的吸引及绝对的凝聚力。

管理的绝对公平和公正、信息反馈的处理速度和能力的机制的健全。而目前公司在管理问题上基本还是凭借主观的臆断而处理问题。

根据以上实际情况，为了保证企业的健康发展、充分发挥各智能部门的能动性、提高销售代表对企业的依赖性和忠实度，对年工作做出如下计划和安排：

一、市场拓展和网络建设：

目前市场基本上实现了布点的完成工作，通过近半年的彼此磨合与考察，对目前所有人员的资性程度应该得到认可，为了绝对回避风险，企业应该确定其管理的主要地位，然后适当进行必要的诱导和支持，进行市场的拓展和网络建设工作，具体要求如下：

二、营销计划：

根据目前市场情况，应该确立以目前地区经理为主要负责人、网络拓展的基础的整体思想，仍然将市场定位在otc及农村市场上，必须加强对市场网络组建的要求，保障点面的结合工作。

2、在8月底前，要求全部代表进行必要的招商、招聘工作，要求在当地招聘，费用控制在内，公司用货物支持，对不能配合的地区经理资格。对招商业成功的地区实行奖励，凡新开发的地区，一次性销售5件以上，给予1件的奖励。

四、管理建议

公司应该形成规范的管理，绝对避免给业务员造成管理混乱、动荡的错觉，明确一切销售活动都是为公司发展的观念，树立管理者的威信，明确目前是市场开发阶段，业务员并非能赚取多少利润的现状，让业务员全心投入；指定公司以otc会议推广销售的网络组建模式，再实现适当的微调，而不是放任自流。

要求公司做好如下的工作：

一、目标明确：

所有销售都是为公司服务，所有员工都是企业的资源，销售活动是为企业发展服务。无论销售公司的什么产品，都是属于公司。而全部的网络、人员本身就诗司的资源，应该充分

利用此资源，进行整体营销及管理。

二、分工仔细：

既然已经成立了营销中心，应该将整个业务转移到，所有合同的管理、合同的审查、货款的催收、商业档案收集及管理、发货的确定等等，乐山只能作为特殊合同的审批、和后勤保障工作。

没有哪个企业销售中心根本不知道详细的发货情况、销售情况、回款情况的，这无论对市场的信息反馈还是市场控制都不利，营销中心对市场的决策主要信息来源为各种销售数据，如果失去这些数据，营销中心失去意义。

因此，具体要求为：

1、的智能：

负责全部的销售工作，乐山应该将全部的信息反馈直接转交到，进行必要的信息处理，而不是出现许多乐山事先进行处理、处理不下来后再让处理的局面，让业务员失去对企业的信任度。

2、乐山的智能：

提供每天的销售信息，发货、回款信息，应该严格管理，对重大合同实现审批。只能作为后勤保障和问题的最终决断处理。

三、具体的要与安排：

1、召开一次全国地区经理会议，规定统一的市场运做模式，加强业务员对企业的信心，提高对企业的凝聚能力。

2、要求对市场进行细分、进行招商、招聘，费用有公司采取

用药品冲抵的方法，减少公司现金的支出。

3、继续加大对市场的保护，要求统一销售价格。加大对市场的支持力度。

4、加强对合同和商业的管理。

药品销售规划方案篇五

一、加强药品市场日常监督检查。

一是做好新版gsp的宣传贯彻工作。按照省、市局的部署，自20××年6月1日起结合实际认真组织实施新版gsp工作。

二是加强药品经营企业的监管。开展“整顿购销渠道、规范票据管理”活动，突出药品进货渠道、验收记录、合法票据及温控设备、特殊药品等方面检查，检查覆盖面达100%。

三是加强药品生产企业监管。按照新版gmp和分级管理规定，对辖区内2家药品生产企业进行gmp跟踪检查。

四是加强医疗机构监督检查，落实省食品药品监督管理局皖食药监市【20××】73号精神，在11月底完成监督检查100%覆盖。

五是加强基本药物监管，对基本药物生产企业、配送企业和实施基本药物制度的乡镇卫生院、村卫生室开展监督检查。

六是巩固“规范药房”建设工作，加强医疗机构药品购进、验收、储存和养护环节的监管。对提交“规范药房”申请的医疗机构进行验收检查。

七是做好不良反应监测工作。全年完成药品不良反应报告500例，医疗器械不良事件报告100例。

八是加强重点品种监管。做好含麻黄碱复方制剂等特殊药品和疫苗等重点品种监管。

坚持和完善药品生产、经营企业诚信档案，落实药品经营企业约谈制度，建立药品企业违法违规通报制度，制定县药品安全黑名单制度并组织实施。

建立药品从业人员教育培训制度，全年开展2次轮训，重点培训药品管理法律法规、新版gsp和药学专业知识，开展《药品经营许可证》换证和gsp认证企业人员业务知识考试工作，提高其法制意识和业务水平。

药品销售规划方案篇六

制定工作计划的过程是个思考的过程，制定好工作计划以后，在心中基本上对某个项目已经有谱了，“胸有成竹”了。下面是小编给大家整理的药品销售下半年工作计划范文，希望大家喜欢！

1、市场的划分：今年我的销售市场依旧是__市场。

2、养殖量分析：__地区的市场家禽的养殖量分布相对均匀，蛋鸡和肉鸡的分布也相对平衡，锦州的市場主要是蛋鸡市場，围绕着锦州城区周围的乡镇有着相当大的养殖量。养殖形式一般为庭院养殖，但是养殖范围相对集中。而其他的几个地区的肉鸡相对分布比较广泛，随着这几个地区肉鸡养殖量的不断加大，龙头模式已在该地区已经基本完善。

3、客户开发：由于我们公司的药品品种相对齐全，所以对于客户的局限性相对较小，所以无论是蛋鸡药品经销商还是肉鸡龙头，均有良好的放药优势。在客户开发这方面，我在充分了解市场的基础上，不断和经销商沟通，并找到在当地有影响力的经销商作为公司产品的主要经销处，以利于公司产品增强其在当地的影响力。

4、疾病流行情况：在蛋鸡相对集中的市周边，疾病流行情况较为有规律，例如，春季依旧是呼吸道的高发季节，利于我们呼吸道产品的销售。在肉鸡分布相对较多的其他地区则不必考虑季节流行性疾病的规律。由于11年秋冬季的疾病流行很严重，造成养殖量迅速减少，故相对的可能会对今年的销量有一定的影响。

5、市场行情走势：去年的养鸡业的行情一直很好，一直保持稳中有升的势头，让低迷了很久的养殖业终于看见了复苏的良好前景。但是随着疾病的发生又导致的蛋鸡和肉鸡市场的行情有所下滑，给养殖业以重撞，而且大大打击了养殖户的信心。但是这样也有利好的一面，随着养殖量的下降，势必造成供求关系的变动，从而导致行情的上扬。

通过对市场的考察和对养殖户的走访，对于去年鸡群发病淘汰的养殖户和闲置了一定时间的养殖户，都表示今年会继续引进鸡雏，这样一来就会保证锦州等地区的存栏量。从而很好的保护了市场。

6. 销售目标：尽管市场在各种优势和劣势的共同作用下会出现不同的变化，但是总体的趋势还是良好的。所以，对于销售业绩方面也不于担心，在今年，我将有信心将自己的业绩超量完成并有所突破。向更大的业绩进发。

20__年已经逐渐远去了，总结一下这一年的药品销售情况，能更好的为明年的工作做好准备。

一、加强学习，不断提高思想业务素质。

“学海无涯，学无止境”，只有不断充电，才能维持业务发展。所以，一直以来我都积极学习。一年来公司组织了有关电脑的培训和医药知识理论及各类学习讲座，我都认真参加。通过学习知识让自己树立先进的工作理念，也明确了今后工作努力的方向。随着社会的发展，知识的更新，也催促着我

不断学习。通过这些学习活动，不断充实了自己、丰富了自己的知识和见识、为自己更好的工作实践作好了预备。

二、求实创新，认真开展药品招商工作。

招商工作是招商部的首要任务工作。20__年的招商工作虽无突飞猛进的发展，但我们还是在现实中谋得小小的创新。我们公司的代理商比较零散，大部分是做终端销售的客户，这样治理起来也很麻烦，价格也会很乱，影响到业务经理的销售，因此我们就将部分散户转给当地的业务经理来治理，相应的减少了很多浪费和不足；选择部分产品让业务经理在当地进行招商，业务经理对代理商的情况很了解，既可以招到满足的代理商，又可以更广泛的扩展招商工作，提高公司的总体销量。

三、任劳任怨，完成公司交给的工作。

本年度招商工作虽没有较大的起伏，但是其中之工作也是大为烦琐，其中包括了客户资料的邮寄，客户售前售后的电话回访，代理商的调研，以及客户日常的琐事，如查货、传真资料、市场销售协调工作等等一系列的工作，都需要工作人员认真的完成。对于公司交待下来的每一项任务，我都以我的热情把它完成好，基本上能够做到“任劳任怨、优质高效”。

四、加强反思，及时总结工作得失。

反思本年来的工作，在喜看成绩的同时，也在思量着自己在工作中的不足。不足有以下几点：

- 1、对于药品招商工作的学习还不够深入，在招商的实践中思考得还不够多，不能及时将一些药品招商想法和问题记录下来，进行反思。

2、药品招商工作方面本年加大了招商工作学习的力度，认真研读了一些有关药品招商方面的理论书籍，但在工作实践中的应用还不到位，研究做得不够细和实，没达到自己心中的目标。

3、招商工作中没有自己的理念，今后还要努力找出一些药品招商的路子，为开创公司药品招商的新天地做出微薄之力。

4、工作观念陈旧，没有先进的工作思想，对工作的积极性不高，达不到百分百的投入，融入不到紧张无松弛的工作中。“转变观念”做的很不到位，工作拘泥习惯，平日的不良的工作习惯、作风难以改掉。在21世纪的今天，作为公司新的补充力量，“转变观念”对于我们来说也是重中之首。

总结20__年，总体工作有所提高，其他的有些工作也有待于精益求精，以后工作应更加兢兢业业，完满的完成公司交给的任务。

一、工作目标

认真贯彻实施《药品管理法》《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》、《中华人民共和国药品管理法实施条例》、《药品流通监督管理办法》和国家局《关于加强药品零售经营监管有关问题的通知》(国食药监市[]496号文件)精神，切实加强药品零售企业的日常监管，严肃查处各种违法违规行为，使全区的药品流通秩序进一步规范，以确保公众的用药安全。

二、检查范围和对象

全区范围内的所有药品零售企业。

三、检查重点内容、方法和处理意见

对全区药品零售企业的人员资质、药品进货、验收、陈列与储存和销售等环节进行专项检查，重点检查处方药凭处方销售执行情况、处方药与非处方药分类摆放、专有标识的规范、处方审核制度的落实、驻店药师配备在职在岗、是否存在违规经营零售药店禁止经营的药品、是否存在经营、超方式和超范围经营药品情况、是否违规发布药品广告情况等。

此次检查要与分局日常监管工作做到四个结合：一是与分局重点问题企业日常监管相结合；二是与零售药店的gsp跟踪检查相结合；三是信用检查相结合；四是与以往检查发现的问题企业整改复查相结合。

对检查中发现的问题根据市局《关于开展全市药品零售企业专项检查的通知》（_食药监稽[___]8号）文件精神，按下列处理意见进行查处。

1、严禁药品零售企业以任何形式出租或转让柜台。禁止药品供应商以任何形式进驻药品零售企业销售或代销自己的产品。非本药店零售企业的正式销售员，不得在店内销售药品，不得从事药品宣传或推销活动。违反规定的，按《药品管理法》第八十二条查处。

2、药品零售企业必须向合法的药品生产、批发企业购进。检查采购渠道是否合法，有无从“”、“过票”的个人(或无证的单位)等非法渠道购入药品。如发现从非法渠道进货按《药品管理法》第八十条查处。

3、药品零售企业在采购药品时必须按照规定索娶查验、留存供货企业有关证件、资料、销售凭证(销售凭证应当开具标明供货单位名称、药品名称、生产厂商、批号、数量、价格等内容)。如发现未按照规定索娶查验、留存供货企业有关证件、资料、销售凭证，按《药品流通监督管理办法》第三十条查处；责令限期改正，给予警告；逾期不改正的，处以五千元以上二万元以下的罚款。

4、药品零售企业必须建立并执行进货检查验收制度,依法对购进药品进行逐批验收、记录,未经验收不得上柜陈列和销售。购销记录必须注明药品的通用名称、剂型、规格、批号、有效期、生产厂商、购(销)货单位、购(销)货数量、购销价格、购(销)货日期。检查药品零售企业是否按照规定对购进的药品逐批验收、记录。上柜陈列及入库储存的药品没有验收记录的、按《药品管理法》第八十五条规定查处:责令改正,给予警告;情节严重的,吊销《药品经营许可证》。

5、药品零售企业必须配备相应的药学技术人员。经营处方药、甲类非处方药的药品零售企业,应当配备执业药师或者其他依法经资格认证的药学技术人员;药学技术人员必须按照省人事厅和省食品药品监督管理局规定每年参加继续教育完成规定学分方可从业;从事医用商品营业员、保管员等16个工种的人员必须持有医药行业特有工种职业技能上岗证书。违反规定的。按照《药品管理法》第七十九条经查处。同时、分局将对目前药品零售企业的药学技术人员和其他从业人员开展一次清理工作,进行重新登记。

6、药品零售企业必须执行处方药与非处方药分类管理制度。检查处方药与非处方药分类管理制度的执行情况,是否按规定销售药品;检查留存的处方是否与销售量一致。违反规定的,按《药品流通监督管理办法》第三十八条第一款查处:责令改正,给予警告;逾期不改或者情节严重的,处以一千元以下罚款。

检查处方是否经过药师审方及签名;登记销售的处方药是否与销售量一致,登记内容是否符合要求,违反规定的,按《药品管理法》第七十九条查处。

7、药品零售企业的药学技术服务人员应当向消费者正确介绍药品性能、用途、禁忌及注意事项等,不得夸大药品疗效,不得将非药品以药品名义向消费者介绍和推荐。药品零售企业经营处方药的,要求至少一名药师在职在岗,要是不在岗时销售处方药,按《药品流通监督管理办法》第三十八条第

二款查处：责令限期改正，给以警告；逾期不改正的，处以一千元以下的罚款。药品零售企业销售药品时，应当开具标明药品名称生产厂商数量价格批号等内容的销售凭证。违反规定的，按照《药品流通监督管理办法》第三十四条查处；责令改正。给予警告；逾期不改正的，处以五百元以下的罚款。

8、药品零售企业经营非药品时，必须设非药品专售区域，将药品与非药品明显隔离销售，并设有明显的非药品区域标志。非药品销售柜组应标志提醒，非药品类别标签应放置准确迹清晰。不得将非药品与药品放在一个区域内销售。

9、药品零售企业要严格执行《药品广告审查办法》、《医疗器械广告审查办法》等相关规定，不得擅自悬挂或向消费者发放未经审批或以非药品冒充药品的广告宣传。违反规定的，移送工商行政管理部门处理。

10、在检查过程中，对不符合《药品管理法》、《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特定规定》、《药品管理法实施条例》、《药品经营质量管理规范》、《药品经营许可证管理办法》等有关规定的，一经查实，必须依法予以处理。情节严重的，要依法吊销《药品经营许可证》。

四、工作安排和进度

专项检查从__年7月23日起至10月31日止。分三个阶段开展。

1、准备部署阶段(7月23日-8月27日)：根据市局实施方案,结合本地工作实际和工作重点,制定具体的工作计划。

2、组织实施阶段(7月28日-10月26日)：根据工作计划组织开展检查工作。

3、检查总结阶段(8月27日-10月31日)：对辖区内专项检查工作进行总结,将专项检查的情况、发现的问题及查处的结果进

行汇总,并将总结材料上报市局稽查处。

一、目前的医药市场情况

目前,全国都正在进行着医药行业的整改阶段,但只是一个刚刚开始阶段,所以现在还处在一个没有特定的规章制度之下,市场过于凌乱。我们要在整改之前把现有的企业规模做大做强,才能立足于行业的大潮之中。

现在,各地区的医药公司和零售企业较多,但我们应该有一个明确的发展方向。现在是各医药公司对待新产品上,不是很热衷。而对待市场上卖的开的品种却卖的很好。但是在有一个特点就是要么做医院的品种买的好,要么就是在同类品种上价格极低,这样才能稳定市场。抓住市场上的大部分市场份额。

现在,医药行业的弊端就在于市场上同类和同品种药品价格比较混乱,各地区没有一个统一的销售价格,同样是炎虎宁各地区的和个生产厂家的销售价格上却是不一致的,这就极大的冲击了相邻区域的销售工作。使一些本来是忠诚的客户对公司失去了信心,认同感和依赖性。

以前各地区之间穿插,各自做各自的业务,业务员对相连的区域销售情况不是很了解,势必会对自己或他人的销售区域造成冲击。在药品的销售价格方面,在同等比例条件下,利润和销货数量是成正比的,也就是说销量和利润是息息相关。

二、__年工作计划

总结这一年,可以说是自己的学习阶段,是和给了我这个机会,我在单位大家都当我是一个小老弟,给予了我相当大的厚爱,在这里道一声谢谢。

自从做业务以来负责和_地区,可以说和把这两个非常好的销

售区域给了我，对我有相当大的期望，可是对于我来说却是一个相当大的考验。在这过程中我学会了很多很多。包括和客户之间的言谈举止，自己的口才得到了锻炼，自己的胆量得到了很大的提升。

可以说自己在这一年中，自己对自己都不是很满意，首先没能给公司创造很大的利润，其次是没能让自己的客户对自己很信服，有一些客户没能维护的很好，还有就是对市场了解不透，没能及时掌握市场信息。这些都是我要在__年的工作中首先要改进的。

__年，新的开端，既然把、五个大的销售区域交到我的手上也可以看出和下了很大的决心，因为这些地区都是我们的根据地。为我们公司的发展打下了坚实的基础。

三、下面是我对下一年工作的想法：

- 1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。
- 2、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息，包括货站的基本信息。
- 3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、各地区的综合情况

1、_地区商业公司较多，都是一些较大的具有潜力的可在开发型客户资源，现有商业公司属于一类客户，较大的个人属于二类客户，个人诊所属于三累客户。这几类客户中商业公司仍需要大力帮助。帮我维护好这些客户资源在一点点的转接过来。

2、_地区现有的客户中除几家商业外，还有一些个人，在个人做药中，各地区都没有开发出大量的做药个人，这些小客户其实能给我们创造相当大的利润。我应该经常的在当地的货站，药店等周边找寻新的客户资源，争取把各地区的客户资源都超过百名以上。

3、_地区距离沈阳较近，货物的价格相对来说较低，只有经常的和老客户沟通，才知道现有的商品价格。这样才能一直的拉拢老客户。在新客户的开发上，要从有优势的品种谈起，比如，还有就是方面。还有就是当地的商业公司一定要看紧，看牢。

4、_地区，一直不是很了解，但是从侧面了解到_地区是最难做的一个地区，但是这也是一个足够大的挑战。商业是很多，可是做成的却很少。这是一个极大的遗憾。在这一年中一定要多对这些商业下手才能为自己的区域多添加新鲜的血液。

5、属于_区域，此区域有一些品种要及其的注意，因为是属于品种，但是我会尽最大的能力去开发新的客户资源，虽然说这个地区不好跑，但是我也一定要拿下。没有翻不过去的墙，走不过去的茨。

结合以上的想法，下面是我今年对自己的要求：

1、每月要增加至少15个以上的新客户，还要有5到10个潜在客户。

2、每月一个总结，看看自己有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。并及时和内勤沟通，得到单位的最新情况和政策上的支持。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对所有客户的都要有一个很好的工作态度，但是对有一些客户提出的无理要求上，决不能在低三下气。要为公司树立良好的企业形象。

5、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做事，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

6、要对公司和自己有足够的信心。拥有健康、乐观、积极向上的工作态度，这样才能更好的完成全年任务。

7、与其他地区业务和内勤进行交流，有团队意识，这样才能更好的了解最新的产品情况和他们方式方法。才能不断增长业务技能。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向其他的业务员探讨，和研究客户心里，共同努力克服，为自己开创一片新的天空，为公司做出自己最大的贡献。

20__年__月__日至__日，药品营销公司隆重举行了20__年上半年工作总结及培训会议，集团总裁、营销总监、各总经理助理、各办事处经理、新员工和公司内勤部门经理及相关人员60余人出席了会议。

在药品营销公司半年工作总结报告会中，__总指出，上半年药品营销公司健全了内部组织与制度，运作越来越独立，部门职责更清楚，下一步运营更加规范。截止__月__日，药品营销公司成立了28个办事处，销售队伍扩大到58人，但是目前销售队伍较年轻，整体经验不足，销售人员的业务知识、技能、社会阅历等都有待提高，公司将会给予支持，加强教育、培训，以提高销售队伍的整体水平。__总还明确指出公司下一步的发展战略方向，强调办事处管理模式、职能与办事处经理职责的转变，保证团队发展。

会上，内勤各部门以幻灯片形式汇报六月工作总结及上半年工作总结，以__总的要求“以数字为导向、以市场为中心、以客户为中心、以销售为中心”为宗旨，从销售、客户以及市嘲四率”几个方面，用数据的方式分析各省区的工作情况，指出优势与不足。外勤汇报半年以来的销售工作情况、进展以及下一步的工作开展计划，并且采用问答”方式，外勤人员提出存在的问题，__总逐一给予明确答复。通过总结报告，充分达到内、外勤工作透明化、程序化的效果，同时使内、外勤之间的工作得以互相理解，为今后的沟通、协作奠定良好的基础。

员工培训通过自组和外聘老师相结合的培训方式，特聘请北京__管理顾问公司讲师__老师进行培训。整个培训围绕着提升办事处经理管理能力、执行力、营销技巧、产品知识等方面内容进行培训和交流，全面提高公司各办事处经理的营销能力，完善各办事处的管理模式。

会议最后，经全体参会人员公开投票选举的方式，评选出半年度优秀员工，并对评选出的优秀员工以及第一季度、第二季度综合考核第一名至第五名的员工进行了表彰。

__总对药品营销公司下一步工作提出要求：要深度营销，根据公司产品特点，向二级、三级市场推进。对产品合理定位，组成产品群，同时细分市场细分产品，销售不走单一路线，慢慢渗透到终端，更贴近终端市场，下半年将启动otc市常加强团队建设，使我们的员工队伍更有战斗力、凝聚力，员工要适应企业文化，与公司共同发展，共同进步！

20__年上半年，在市委、市政府和省局的正确领导下，我局始终坚持全面贯彻落实省食品药品监管工作会议和市委__届十一次全会精神，围绕我市“争先进位、率先崛起”的目标，把保障群众饮食用药安全作为中心任务，深入开展食品药品安全专项整治工作，继续强化药品市场监管，大力推进机关效能建设，确保了广大人民群众饮食用药安全有效。

药品销售规划方案篇七

大家都知道，在我们药品销售大军中，有好多是从其他行业转行过来的，他们有的都自己做代理，他们之中有的人会很快的成为专业人事，会做得得心应手，因为他们拥有良好的心理等各方面的素质，但也有那么一部分人，手头上的产品不是太好，个人魅力也不行，学历不高，语言表达能力不好，更可怕的会是没有关系，虽然现在都在喊，做药要专业化，但这部份人就不活了吗，很显然不是，这部份人会继续做下去，一直到被淘汰。假如你是这部份的其中之一，我会劝你不要放弃，这个行业里，专业固然很重要，但没有专业还是有另一条路可走的。在我刚做药的时候我就是这样的，学历拿不出手，语言表达能力奇差，和别人打交道的时候经常会吱鸣得自己也搞不清楚我在说什么，长相也没办法让男医生看起来舒服，更没办法让女医生认为我有可能会成为她的情人方面发展，最要命的是我对和别人打交道有种恐惧感，但事实我熬过来了，并且到现在也算是有点小小的成就了，在这里我就谈谈我的心得，也许对和以前的我有点象的朋友会有所帮助。

先从产品来说，这种情况你不该去商业公司做，你一定要自己做，代理一个小厂的产品，知名度不高没关系，针对性要广一点，不能局限于专科的比如妇科用药或者泌尿外科等方面的，但同类的不能太多(推荐中成药)，空间一定要大，批价二十以下的底价不能高于二零扣，批价在三十以上的也不能超过二五扣。刚做的时候切忌心比天高，一步一步来，先搞定一家医院，以这家医院为根据地再慢慢的向外阔张，这样子对于投入的资本也不会产生太大压力，也可以轻松的积累更高一步发展的起动资金。

因为你没有医院方面的关系，所以开发医院是很困难的，但你要知道，这个世界上做医院生意的人并不是每个人都是有关系的，你也只能靠自己。首先你得去趟药剂科主任那里，也许你在第一次拜访的时候会怕，莫名其妙的怕，其实完全

没有必要的，别看有的代表和药剂科或者医生谈笑风生的，那只是一小部分，还有大部分的医药代表也是在主任们的办公室外徘徊的，他们也和你一样心里抖抖霍霍的，所以你不要太怕他们，他们看习惯了心惊胆跳的医药代表们，多你一个他们不会感到意外的，这根本不影响他们的听觉，你只要做的就是冲进去，用你那颤抖的声音告诉他们你想说的事，去等待他们的拒绝然后你说声再见掉头就走就好了，但有一点一定要用点心，就是要记住他们和每一句话和每一个动作，因为你要分析他的性格，他拒绝你的理由。一般来说你碰到的拒绝会有三种，一种是粗暴型的，一种是冷漠型的，还有一种是亲和型的。粗暴型的人会对于你的拜访很不耐烦，没说几句话就会请你走了，这种人能以这种性格在单位里立足，并且能坐在这个位置上，他不会是一个肚里空空的人，他在单位里会有一定的威望，一般来说这种人说话是很份量的，但相对来说这种人比较难以搞定，但只要搞定他，效果是很好的反而是搞不定他那你就死定了，你别指望跳过他来点别的途径，他要是不认同你的产品就算是医生填好单子他也有可能把单子压下来的，这种险你千万不能冒，所以这座山你无论如何得迈过去。在和这种人接触的时候话不要太多，该走的时候就该走，但该来的时候一定得来，你要做的就是让他先记住你这个人，一次不行再来一次，当然也可以偶尔怕得临阵退缩，在回家的时候为下一次鼓鼓勇气，但不可以每次都这样跑掉，事情还等着你去做呢。你也可以来点强制性的送礼，比如找到他的窝，在他没在家的时候留下你的礼品和名片或者再加上资料，他的老婆也许会比他更好说话一点。也许过不了多久你会发现他不会对你凶巴巴的，更有可能换来他的点头。所以说对这种人怕归怕，但一定不能放弃，因为他并不是对你一个人凶对大部分的人都这样，但医院还是要进药的，要进药的话就不可避免的要和医药代表打交道了，你死不悔改的举动不会让他对你大打出手的，谁坚持下来谁的机会就会大一点，碰到这种人是幸中的大幸。冷漠型的人我到现在还没有研究出个道来，不知道这种人到底是什么性格，就是现在其实我也没办法搞定这种人，所以你要是碰到了这种人我也没办法帮你，只有建议你多走几趟

看看他是否会因为脸熟而态度会好点。

要是你碰到了个亲和型的主任，你千万别因为他和你很客气，而让这种表象冲昏了头脑，其实这种人做事优柔寡断，思路也不会太清爽，在单位里说话的份量也不会太重，没什么人会太把他当一回事，所以说就算是搞定他也不见得一切ok，你还得找个重量级的医生填单才会有把握一点。

搞定了药剂科以后你就得找医生填单了，现在在我们中国的医院有一个奇怪的现象，只有医生收信封才会收得从容不迫，其他岗位的人对信封还象是行政单位里一样，不敢轻举妄动的，所以说对别人，你塞信封一定得找个合适点的机会，送点实物大都没问题。对于医生你就不用那么客气了，直接和他说：“*医生，您帮我看看这个产品好吗？想请你填个单子。”递上你的资料、申请单、一个五百元的信封，这个中间当然也会有点推啊拉的动作，但只要你坚持把信封放在一个他自己认为是个盛情难却的地方，大家的注意力都会回到你的资料上来的，但是现在稍微大点的医院形势渐渐趋向委婉，很多科室主任不直接收受红包，风险性太大，另外我送红包，别人也送红包，竞争性不够强了，作为外企或者稍微有实力的企业都更趋向于帮医生发表论文，搞职称晋升，做科研，很多人不知道发表论文的途径，现在网上有很多的论文中介公司，像我们公司一直都跟广州的一家博雅论文辅导中心合作，比较可靠，现在职称论文很难搞，一般都要核心，给医生发2篇论文晋升职称，人家感激你一辈子。

接下来的事也就相对来说简单一点了，你要是想把握大点你就想办法打听一下药事委员会的成员，拜访两三个成员，我们这边的行情是每人三四百块大洋再加点海鲜或者土产什么的，你就等着进药谈扣率吧！

在这个程序当中，有一点还是蛮重要的，就是时间，一般和药剂科接触是在开药事委员会之前一个月，医生填单和拜访药委会成员应该控制在开会之前一星期之内，不然时间太长

也许人家会忘掉那几百块钱。