

# 药店药品销售工作总结报告 药店药品销售职业工作总结报告(大全5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

## 药店药品销售工作总结报告篇一

在过去的一年中，本人认真贯彻执行药政管理的有关法律法规，在我院领导的关心和帮助下，在有关职能部门和科室的大力支持下，紧紧围绕我院的工作重点和要求，以团结协作、求真务实的精神状态，顺利完成了各项工作任务和目标。

严格按照《中华人民共和国药品管理法》、《麻醉药品、精神药品管理条例》，药品集中招标采购相关规定，新型农村合作医疗相关政策及药品目录。结合本院实际情况及临床医生用药习惯，满足临床用药需求。选择具有合法资质，信誉良好的公司采购药品质量好、价格便宜、临床所需的药品。所采购药品及时验收入库，做好财务对帐。及时掌握各临床科室药品需求，保障药品供应。想方设法满足临床急需药品的供应。科学储存，少积压，满足临床需求。药房对上架药品质量层层验收，尤其对药品的贮藏与效期严格把关，确保药品的安全与有效。对药品进行严密的临床观察，及时掌握药品使用的信息反馈，为药品采供提供质量依据。积极搜集药品相关信息，时刻关注药品不良反应，做好药品不良反应记录、并及时上报。

严格按照县合管办的相关要求做好本单位新农合审核报销工作，做到无差错发生，确保参合农民朋友的合法权益。

在今后将继续努力，扎实工作，踏实做人，更好的完成各项工作任务。

## 药品采购工作总结

# 药店药品销售工作总结报告篇二

随着中国经济的发展,也给我我国药品销售企业带来了机遇。尤其是新医改方案的出台后,对药品销售企业的发展战略有着深远的影响。今天本站小编给大家整理了药品销售部工作总结,希望对大家有所帮助。

20xx已经到来,回首20xx是播种希望的一年,也是收获硕果的一年,在上级领导正确带领下,在公司各部门通力配合下,在我们销售三部全体同仁的共同努力下,取得了还算可喜的成绩,今年1.98亿的任务完成了1.83亿相对于去年的1.47亿同比增长了三千六百万。销售任务指标达成率92.3%,回款达成率91%,毛利达成率90%;综合指标考核达成率91.13%基本达到公司考核要求。

作为一名组长我深感责任重大,且与有荣焉。几年来的工作经验,让我明白了这样一个道理:作为一个终端销售与商业开票员来说,首先要有一个良好的心里素质:其次是要具备专业的职业技能知识作为后盾,再次是要有一套良好的管理制度,成本核算是最为重要的,终端客户和商业客户的销售控制,尽量的减少成本,如何获得利润的最大化?最重要的一个是要用心观察,用心与顾客交流,留住老客户并发展新客户,尽可能的做到最好,具体归纳为以下几点:

### 第一,终端客户及商业客户的疏通

#### (1) 富有吸引力的销售证策:

1. 永远站在客户的立场来谈论一切,
2. 充分阐述并仔细计算出给他带来不同寻常的利益,

3. 沟通现在和未来的远大目标。

(2) 良好的朋友、伙伴关系

1. 充分尊重对方，以诚动人，以心征服对方
2. 良好的沟通技巧和经常交流来维持密切关系，
3. 正确应用利益驱动原则，处理好与公司及个人的关系。
4. 了解不同客户的需求

(3) 较强的自我开发市场能力

1. 详细介绍所辖片区(区域)销售力量，促销手段和活动
2. 概要介绍公司对全国市场促销和开发的策略
3. 详细了解公司优势产品，主治及应用推广情况，详细了解其他产品。做到心中有产品，产品在心中。

第二，做好员工的思想工作，团结好部门员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解每一个员工的优点所在并发挥其特长，做到量才适用，增强部门的凝聚力，使之成为一个团结的集体。

虽然在日常工作中，有很多的困难，很多的波折，其中据我们开票员反映：因为医疗改革等种种原因，一些乡镇诊所不敢大量进货导致销量下滑。同时，有顾客反映价高，赠品发放不到位，但是通过兄弟部门的帮助，所有的问题都得到了妥善的解决。我们众志成城，团结一心，视困难为“纸老虎”， 战略上蔑视它 战术上重视它。

第三，靠周到而细致的服务去吸引客户，发挥所有员工的主动性和创造性，使员工从被动的“我干”为了给顾客创造一

个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带领员工在以下几个方面做好本职工作。首先，调整好自己的心态，少一些牢骚，多一些热情，客观的去看待工作中的问题，并以积极的态度去解决，为顾客营造一个舒畅的心情，其次积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者的需求，要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的报完计划。

#### 第四，加强学习，不断提高思想业务素质

1. 学海无涯，学无止境，只有不断充电，才能维持业务发挥，所以一直以来我们都积极学习，一年来公司组织了医药知识理论及各类学习授课，我们都认真参加，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，也催促着我们不断学习，通过这些学习活动，不断的充实了自己，丰富了自己的知识，为自己更好的工作实践作好了预备。

2. 任劳任怨，完成公司交给的任务. 工作内容是很烦琐，烦杂的，其中包括客户资料的邮寄，客户售前售后的电话回访，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，都需要为顾客认真的完成，对于公司交待下来的每一项任务，比如otc的一些促销品种，生物制品大免小免进效期品种，医疗器械部的所有品种，还有三九，汪氏?等几大厂家的部分活动品种，我们都以最大的热情把它完成好，.基本上要能做到任劳任怨，优质高效.

总之，今年的总体工作有所提高，其他工作也有待于精益求精。当然，中间少不了我们领导事前事后的忙碌，更少不了我们业务员每天起早摸黑在外奔波劳累，不知流了多少汗，受了多少委屈，但他(她)们还是无怨无悔。一分耕耘一分收获，我们懂得感恩，在以后的工作中更加兢兢业业圆满完成公司交给的任务。

回顾20xx年的总体销售情况，摸着自己囊中羞涩，自感惭愧！这不是只有我主观原因，同时客观原因也导致整体销售上不去的一个因素，在此我总结了一些存在的问题。

## 一、目前的医药形势

1、现时药价不断下降、下调，没有多在利润，空间越来越小、客户难以操作。

2、即使有的产品中标了，但在中标当地的种种原因阻滞了产品的销售，如某某省属某某药品中标，价格为：某某元，没有大的客源，只是一些小的，而且有些医院因不是医保、公费医疗产品，没销量，客户不愿操作，其它医院有几家不进新药也停了下来，也许再加上可能找不对真正能操作这类品种的客户，所以一拖就拖到现在。相比在别的省、市，这个品种也中标，而且价钱比省属的少，虽说情况差不多，但却可以进几家医院，每月也有销量，究其原因，我觉得要找就找一个网络全，这样的供货平台更有利于产品的销售和推广。

3、在各地的投标报价中，由于医药经验上不足，导致落标的情况时常发生，在这点上，我需做深刻的检讨，以后多学一些医药知识，投标报价时会尽量做足工课，提高自己的报价水平，来确保顺利完成。

4、在电话招商方面，一些谈判技巧也需着重加强，只要我们去用心观察和发掘，话题的切入点是很容易找到，争取每个电话招商过程都能够流畅顺利，必竟在没有中标的情况下，电话招商是主要的销售模式，公司的形象也是在电话中被客户所了解，所以在这方面也要提高，给客户一个好的印象。

## 二、所负责相关省份的总体情况

随着中国医药市场的大力整顿逐渐加强，医药招商面对国家药品监管力度逐渐增强，药品医院配送模式及药品价格管理

的进一步控制，许多限制性药品销售的政策落实到位，报价\*\*元，报价\*\*元，有的客户拿货在当地销售，但销量不大。

据了解，在某某省的某某市，大部份医院入药时首先会考虑是否是今年又中标的产品，加上今年当地的政策是，凡属挂网限价品种，只要所报的价在所限价钱之内都可入围，这样一来，大部份的市场已被之前做开的产品所占据，再加上每家医院，每个品种只能进两个规格(一品两规)，所以目前能操作的市场也不是很大，可以操作的空间是小之又小。

省内，我所负责的\*\*地区中标产品的销售情况也不尽人意，真正客户能操作的品种不多，分析主要原因有几点：

- 1、当地的市场需求决定产品的总体销量。
- 2、药品的利润空间不够，导致客户在销售上没有了积极性。
- 3、公司中标品种不是该客户的销售专长(找不对人)。
- 4、货物发出去好几天，但没能及时到达医药代理的手里。让客户急不可耐，这种情况应避免。
- 5、现在代理商年底结帐，顾不上新新货，而且年底不想压库底
- 6、代理商需求减少，大部分找到适合的产品，已有好的渠道。
- 7、有需求的代理商不能及时找到，代理商对产品更加谨慎

我觉得在明年，应该有针对性的到当地医药公司进行详细走访，了解客户的需求，制订计划，分品种给某些有销售专长的客户操作，不能像今年一样，配送公司点了一大堆，但真正能做的品种没几个，而且这样也不会导致不同配送商之间争产品的冲突。

在此，提出对明年的销售建议：

- 1、应避免服务不周到，例如：找到客房只把货发出去了，业务跟踪了，但是产品宣传需要公司给录制一些音像品，这样更有利于宣传。
- 2、避免发货不及时的问题，通常先打款的拖着，货到付款的就紧着发。
- 3、价格并不统一，应该有省、市、县的梯度价。
- 4、税票不及时。
- 5、哪个区分给了谁就应该让这个经理跟踪，不断了解市场，操作市场。

在销售方面，建议公司考虑在原有的营销基础上再大力度的加大网络营销模式，毕竟现在电脑的普及网络这个销售平台覆盖面越来越大，这是我们电话招商方式所不及的，现在的药商寻找药品经营不再是单独靠以前参加各地的药交会寻找产品了，（就这次成都会上所见到的已没有前几年多，现在的人越来越少），加上经济危机，前景不太景气，而且现在的人渐渐转变了他们的想法，慢慢向网络靠拢，因为网络给他们带来方便，快捷，而且成本低。

在网上代理医药的话，只要客户现正寻找某一类型的药品，都能在网上找到。因此锁定好的厂家，好的品牌比较准确。在通过电话的交流，成功率是显而易见的。现在是一个信息时代，网络也成为人们不可忽视的宣传平台，它有着丰富的代理商资料可供查询，对产品的市场开发及销售都有很大的帮助。

作为一个医药销售人员，并不是一个孤立的个体，只接受来自上级的指令然后机械化去执行，实际上面对不同的区域(片

区)并在该片区管辖着几十人或者更多的医(药)师队伍,如何充分调动他们的积极性,如何合理分配资源(包括时间)是一件非常困难复杂而又非常重要的事情。可以说每一区域(片区)都是公司销售部的基本管理单元,只有它做得好了,整个公司才会更快地向前。鉴于此,片区(或区域)管理,就通过合理使用资源(销售时间、销售工具、促销费用、人力资源)来疏通药品流通领域的各个环节,使其通路畅通无阻,顺利消失于流通领域,增加片区内市场覆盖面,提高销售业绩,降低销售费用。

### (一) 药品的流通渠道:

#### 1、 通常情况下的药品流通渠道为:

制药公司--经销商--医院、零售药店--患者

经销商

#### 2、 药品在医院内的流通过程:

经销商、制药厂--药库--小药房 医师--患者

### (二) 药品流通渠道的疏通

一个确有疗效,有一定市场的新药被经销商或医院接受,本来应是一件非常容易的事,但近两年来,由于新药开发猛增,使经销商或医院有了很大的选择空间,从而导致新药售出难的问题出现,而一种新药要被患者最终消费,必须首先保证渠道畅通。

#### 1、 经销商的疏通:

##### (1) 富有吸引力的商业政策:

注意:

a□永远站在客户(经销商)的立场上来谈论一切

b□充分阐述并仔细计算出给他带来不同寻常的利益

c□沟通现在和未来的远大目标

(2) 良好的朋友、伙伴关系

a□充分尊重对方，以诚动人，以心征服对方

b□良好的沟通技巧和经常交流来维持密切关系

c□正确应用利益驱动原则，处理好与公司及个人关系

d□了解不同客户的需求

(3) 较强的自我开发市场能力

a□详细介绍所辖片区(区域)销售力量，促销手段和活动。

b□概要介绍公司对全国市场促销和开发的策略。

c□详细了解公司产品疗效，主治及应用推广情况。

d□探讨双方共同开发所辖区域(片区)市场的方法。

具备上述三条，一个新药被经销商认可并接受应是一件十分容易的事。

2、医院药库(也称大药房)的疏通

(1) 新药进入医院库房：

a□详细收集医院资料(包括院长、药库管理委员会、药剂科主

任、采购或计划员、产品相关科室主任、专家或重要医师、甚至管理该院的卫生局有关官员)

b□找出影响该院购药的关键人物，并对其作全面细致的调查和了解，尤其是他的特殊需求，特殊困难。

c□接触重要人物(可能是院长，药剂主任，相关科室主人任等)说服其作出决策。

(2)维持购药：新药进入药库尽管是成功重要的一步，但维持药物长久不间断，一定数额的保存量更是艰巨，长期而困难的工作，因此要保持频繁接触，加深双方了解，采取长远眼光处理双方合作中出的问题。

3、医院药房(小库房、小药房)的疏通，疏通此环节，保持与药房负责人(组长或主管)良好的个人关系至关重要，因此应做到：

(1)加倍尊重他，满足心里需求

(2)经常拜访，加深印象和了解

(3)合理的交际费用

较大型医院、药库(大药房)负责从医药经销处购进药品，妥善保管而小药房负责领取和分发药品，此处无疏通则不会把药品从药库里领出，当医师开发处方后，患者在小药房(门诊药房、住院部药房、专科药房)无药可取，而产品却在大药库房里“睡觉”，当然每月(或季)如开一次影响进药的重要人物的会议，采用宽松讨论方式，目的让其充分发表意见，提出改进方法，密切双方的关系。

4、有处方权利的医师(也称临床工作或医院促销)产品要想挤入市场占领市场，唯一的手段是依靠医师，他们直接面对患

者，通过处方，使药品消失于流通领域进入消费领域，实现药物销售，为公司创造效益，保证公司合理利润，这就要让医师、药师去充分了解产品，扩大市场占有率，增加处方量，但我们必须针对重点医师，通常在省级以上医院(特别是医学附属医院)上级医师的权威性和指导作用特别突出，因此，科室主任(含专家)及主治医师、住院总医师是最重要的医师，为处方重点医师，是以疏通医师处方环节特别重要，于核心其疏通方式如下：

面对面拜访：从目前药医行业的销售来看，面对面拜访(个人拜访)是销售工作中最重要的方法，占据销售间的80%以上，是应用宣传单文献样品，小礼品和自身人格魅力，一对一地对医师(药师)等进行推销自己，推销公司产品，目的就是让医师从心里接受，让医师处方本公司生产的药品，对面拜访有如下特点：

针对性强，是对某位特定人物，特定问题，对双方和产品的深入讨论和认识，以满足不同层次，不同期望的需要。

## 药店药品销售工作总结报告篇三

药品销售人员在药品流通中扮演着重要的角色。因此,对药品销售人员的研究有助于药品流通行业的健康有序发展,保障公民的健康权益。今天本站小编给大家整理了药品销售员销售工作总结，希望对大家有所帮助。

不知不觉，忙忙碌碌的一年过去了，在这个陌生的城市，似乎觉得一年的时间过得更快，让人有点不愿意去相信。

20xx年让我学会了很多，感谢接纳我工作的企业，感谢我的领导，感谢我的同事们，感谢我的朋友，感谢我的客户们，因为他们的帮助、信任、认可、鼓励才能使我更加热爱我

的工作，更加努力工作。

销售是一个充满竞争的行业，也是很能锻炼人的行业，刚开始工作的时候真的很没有信心，业绩不但没有上升，反而在下滑，我除了天天的拜访和宣传，我不知道我还能从哪方面进行努力，两个月过去的时候，我已经不能说是一名新员工，市场我已经熟悉了，跟大部分的客户应该也算是熟悉了，可是月底销售单出来的时候，我傻眼了，我总是不敢在拿到单的第一时间报告主任，因为这不是一张让人兴奋的成绩单，拿到单的时候变得心事重重，走在路上，在想着台词，如何给主任打这个电话。结果往往都是想不到任何一个理由可以来保护这张不及格的成绩单，来保证自己不接受批评，往往都是第二天主任打电话过来询问才不得不如实相告，当然免不了批评。

那个时候的夜晚总是让人难以入眠，躺在床上，关着灯，眼睛睁开着，看着由外渗入的一点微弱的光，怎么也没有睡意，脑子里都在想，明天该做什么，要见什么人，跟他们聊什么，希望得到什么样的结果，每晚都在想的问题，天天都照着做。可我心里是没底的，不知道这样下去成绩是否能上升，那个时候主任说过换人，假如三个月试用期后我达不到公司的要求，要么给我换市场要么走人，我记得当时跟主任讨论这个问题的時候，鼻子酸酸的，这样的情况下我一般不说话，等主任说完后，我的心平静后，很认真的请求说，希望他能多给我一个月，说真的，面对这个市场，我也是没有信心的，因为前面两个业务员的努力都没有结果，我并不比他们优秀，甚至很多方面还不如他们。

但我还是希望在我的努力下，希望能有稍好的成绩，能让我继续这份工作，带着有可能被炒鱿鱼的负担，艰难地走过了第三个月，终于在月底成绩单出来的时候，我接到叫我去拿单的电话，忐忑不安地询问的时候，他开玩笑说这个月公司该给我发奖金了，告诉了我数字，我在房间里跳起来了，兴奋冲到脑门，尽管那不是很大的数目，但至少成功地翻

了一倍。这个时候我还是不敢第一时间给主任电话，因为我不知道用哪种方式告诉他，兴奋怕以为我会骄傲，平静怕以为听错了。直到第二天上午到医药公司打流向接到主任的电话他问我，才告诉他，记得当时他说了三个字，还可以。这对于我来讲就是一句表扬，一名鼓励，因为在这之前主任从未表扬过我，所以对于他我很敬畏。

我还是不敢松懈，有了这个鼓励，我更加勤奋于我的工作，接下来的两个月，成绩都有进步。但好景不长，两个月后的九月十月成绩又在大幅度的下降，于是生活又回到了从前，变得紧张起来，但是在11月份又发生了转折，量又返回来了，这又成为一次失败后的自我鼓励，就这样生活还在一如既往的发生变故，而唯一不能变的就是自己对工作的态度，不管怎么样，每个工作日都容不得半点偷懒半点松懈，因为竞争无处不在，竞争者只要看见有一个空子，就一定会手插进来扰乱你的平衡，当然没有竞争就没有动力，没有市场。

最后，再一次感谢我的领导和同事们，我会用实际表现让销售业绩再创佳绩！

时光如天上流星一闪即过，我希望自己能抓住这一短暂的一刹那。不知不觉中已来医药公司一个月了，回顾这段时间的工作，我作如下总结：

## 一、观念的转变

观念可以说是一种较为固定性的东西，一个人要改变自己原有的观念，必须要经过长时间的思想斗争。虽然销售是大同小义的事。但是，不同的产品面对的适应人群不一样，消费群体也不同。不同的公司销售模式也有差别。必须由原来的被动工作转变为现在的主动开发客户等很多观念。

## 二、落实岗位职责

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：1、千方百计完成区域销售任务；2、努力完成销售管理办法中的各项要求；3、负责严格执行产品的各项手续；4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；5、严格遵守公司的各项规章制度；6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；7、完成领导交办的其它工作。岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，首先自己能从产品知识入手，在了解产品知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

### 三、明确任务目标，力求保质保量按时完成

工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面在营销的模式上要积极思考并补充完善。

### 四、目前市场分析

片有一个客户在作，就3月份拿了二件货。贵州市场：头孢克肟咀嚼片贵州遵义有三个客户在，硫普罗宁注射液分别在贵州泰亿、贵州康心、贵州民生、以及遵义地区都有客户作。其中，贵州康心全年销量累积达到14件，其它地区的销量也并不理想。从以上的销售数据来看，云南基本上属于空白市场。头孢克肟咀嚼片在贵州也基本是空白。硫普罗宁占据贵州市场份额也不到三分之一。从两地的经济上、市场规范情况来看，云南比贵州要有优势。从产品结构来看，头孢克肟咀嚼片走终端。（就两地的经状况而言在同类产品中属于高价

位的产品)硫普罗宁注射液，盐酸倍他洛尔滴眼液只能做临床。(临床品种进医院都需中标，前期开发时间较长)。面临的局势也相当严峻的。

## 五、下月度的区域工作设想

- 1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，做好客户关系。
- 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。(建议：一切与外界联系的方式都能使用；如qq[]新浪uc[]email)
- 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。

## 六、今年对自己有以下要求

- 1、每周要增加2个以上的新客户，还要有3到6个潜在客户。
- 2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。
- 3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备才有可能不会丢失这个客户。
- 4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。
- 5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

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

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务每月我要努力完成8到15万元的任务额，为公司创造更多利润。

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，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

今年上半年共销售11227336盒，比去年同期销售的140085盒增加87251盒，为同期的1.62倍；其中xx年3-6月份销售190936盒，比去年同期销售的115615盒增加75321盒，为同期的1.65倍。

xx年1-6月新市场销售116000盒，老市场115736盒。

上半年的主要完成的重点：

1、市场网络建设方面：

新开发了广东、广西、云南、湖北、湖南、北京、天津、江苏、安徽、辽宁、河南、山西、内蒙、浙江、新疆等省，完成了地区经理的招聘、考察工作，达到了网络布点的效果，为下半年的点面发展奠定了一定的基础。

## 2、市场控制：

通过公司的大力支持，关闭了太和 market，保证了销售价格的上升，释放了市场开拓费用，基本上遏制了低价冲货、窜货、为市场的进一步发展提供了保障，也给以前老业务员提供了一定的信心，市场在稳定发展。

## 3、费用与货款回收：

上半年年公司销售费用除了一次武汉会议、武汉试点会议费用、出差费用外，公司对市场投入较少，但货款回收基本上实现了60天内9以上□ xx年全年计划销售7盒，力争10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，18.0/盒，平均销售价格在11.7，共货价格在3—3.6，相当于19—23扣，部分地区的零售价格在17.1/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地，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。

## 药店药品销售工作总结报告篇四

转眼间，20\_\_年已随着时刻的年轮渐行渐远，新的一年即将来临。回首这一年的工作历程，有艰辛，有喜悦，有收获也有感慨。

20\_\_年对一洲来说，是有里程碑好处的一年。我们从单体零

售药店成功转型医药连锁公司。一年时刻里，我们增开了3家连锁门店。正因刚刚起步，开店速度也是在计划之内，只要我们一向秉承公司的经营管理理念，估计以后的一洲连锁门店会如雨后春笋般在温州这块沃土上遍地开花。而作为一名一洲连锁门店的店长，今年对我来说也是好处重大的一年。从卖场主管转换到门店店长，我知道我的主角不仅仅是一位管理者，更就应站到一个经营者的立场。守业难，创业更难！既然公司给了我这样一个平台，我深感职责重大，新店开张，万事开头难，如果前期工作没做好，以后就会更难管理，因此一切事态的发展务必要在掌控之中。店长务必要起到一个承上启下的桥梁作用。上要认真贯彻公司的经营策略，下要正确传达公司的方针决策。为人处世要公平公正，上要对得起领导，下要对得起员工，决不能有私心。正因是店长，务必比员工站一个更高的层面；也正因是店长，员工就是你的战友，因此我们要并肩作战。不好刻意去拉开或拉近与员工的距离，多说无益，唯有真诚，才能让人感同身受。员工的信任感才是店长的执行力。

我是一个深受中国传统儒家思想影响的80后。我特推崇孔孟之道，修身养性，以仁义治国。其实管理一个公司也是一样的道理。企业的发展，关键在人。一个药店要长期稳定的发展，它务必要有一个好的经济效益为前提，良好的口碑做后盾，实现经营者和消费者的共赢。如何才能到达这个局面，这就需要专业的管理者和一个强大的团队。作为一店之长，我深刻地意识到人才对于企业的重要性。如何去发掘人才，如何去培养人才，如何去组建一个团队，这对企业的长远发展才是重中之重。家和万事兴！一个高素质的、凝聚力强的和谐的团队，必定会为公司带来长远的经济效益。一个人人才为企业创造的价值必定大于他自身的价值！如果一个人在他的工作岗位上体现不了他的价值，那么务必乘早换离或撤离，决不能有“食之无味，弃之可惜”的态度。那样等于为公司增加负担，也为自己门店埋下隐患。一粒老鼠屎毁了一锅粥，坚信这个道理大家都懂。作为店长要善于把握每个人的心态，开发他们的潜能，分工合作，才能互补协调，职责到

人，“各人自扫门前雪”，每个人都做好自己的事情就不会有“他家瓦上霜”，为他们营造一个和谐、融洽、友爱、互助的工作环境，让他们喜爱自己的工作，进而得到不断的发展。

氛围有了，每个人的用心性自然也就上去了。快乐地工作，每个人的服务态度自然就好了。要不是总部经常开展培训，让我们三家门店有机会沟通交流，真的不知道我们梧田店的人其实一向都很低调的。我们只是做好自己该做的事而已，从没想跟其他的店比业绩什么的，诚然不知他们会以我们为榜样，把我们当竞争对手，超越梧田，可能已成为他们的口号了。当然这不是坏事，这只会让我们更加督促自己去做得更好！

应对明年的工作，我深感职责重大。我们已经开业接近一年了，但是业绩始终达不到理想的指标。神马都是浮云！唯有绩效才是王道！我想重点主要在以下几个方面下功夫：

一、配合总部对内加大员工的培训力度，加重医学知识的培训，学会联合用药，提高客单价。

二、树立员工爱岗敬业的职责感，对公司高度忠诚，一切以大局为重。全面提升员工的整体素质。

三、树立高度的竞争意识和创新意识。客源竞争是关键，务必建立自己的客户群。任何一种优势都能够打败竞争对手。

## **药店药品销售工作总结报告篇五**

时间飞快，不停的脚步还在寻找奋斗的港湾，至高的信念还在寻找市场的开端，\_\_月，\_\_月悄悄溜走，没留下惊人的成绩，没创出欣慰的战果，时间虽去，带走了工作的疲惫，带走了工作的沧桑，带去了工作的压力，留下的是历经沧桑的自己！

\_\_月，业绩非常一般的我，只能面对现实，只能按照一般的工作方式，没有突破新的方法，只能在镇上的药店和少的可怜诊所卫生站转转的操作模式，不能下到真正的终端去，找不到真正需要的市场，找不到真正的客户，导致自己的业绩提升不上，业绩少的可怜，不堪入目，无地自容。看着市场激烈竞争和市场的千变万化，自己有时措手不及，有时束手无策，有时郁闷心烦，看着各厂家更新方法和随机应变，发现自己有很多很多的不足。\_\_月份，\_\_个医药公司调货情况不佳啊总的算起来是一万多啊，广东八方医药公司串货有3千多，广东康民医药公司和广东慧恒医药公司销售不多，主要是没有好好跟进终端，主要心思放到阳春一片天，\_\_月后期领导交接，带来工作新活力和新希望，新的曙光，新的旅程！

在这里的操作模式是自己下去，没有跟着医药公司的车下去，虽然可借着他们的优势，但是没有充足的时间和送货员与客户的关系不熟，难订货，跟车下去费用高，效率低，成果小，收获少！广东一片天主要是药房，而对我的药，药房难消，药房卖药多配药少的趋势让自己难以置信，不容置疑的效果，对于处方药来说药房不是生命，卫生站和诊所才是我们的最大的市场和注入市场的活力，才是我销售的最大市场。广东八方医药公司主要做卫生站，卫生院和诊所这一块，八方的发展模式正是我们发展的有力对象，符合我们的发展，在八方我的冲剂买的很好(利巴韦林，阿奇霉素颗粒等)，每个月能销售\_\_六百盒，客户要货量也大。\_\_市场竞争激烈，对于这块市场难以置信，广东慧恒和广东康民医药公司同类品种多，医药公司多，客户的忠诚度低，开票员和业务员做了工作，销售成长速度依然不快，主要是没有好好跟进客户和自己下去终端少。

\_\_月份，新的领导过来带来新的操作方法，效果很大，收获很多，市场起效快，发生翻天覆地的变化，从一万多市场做到三万多，翻了一番。主要是自己下去拉单和拜访客户，一个镇就可以\_\_\_\_千的销量，在阳春作试点的效果大，广东一片天是我们重点医药公司，这个月就做了将近两万的销量。

看着领导敏捷思维和敏锐观察市场动力注入市场新活力，赢取新的战果！

现在很农村合作医疗，一村一站或一村多站的定点卫生站，是我们最新最好最大的客户群体，抓住重点不放，抓住新市场不放，促进销售量增长。发现新的市场的同时还有改进了那种陈旧的拉单方法，拉单技术，经过公司的栽培我快速成长起来，方法灵活起来，每天销量大增，有时自己也不可想象的销量，出乎意料的感到欣慰惊喜的销量。

\_\_月既是欣喜的又是郁闷的。错误开了一场失败的会议，让我大失所望，痛彻心扉。和仁和一起开，虽然品种不多但是都是广告品种，订货量高，开会的客户大部分都是药店，会前没有拜访客户，没有做好宣传啊。所以没有开成功！！

\_\_月\_\_月依然是轻轻走了，留下的我依然在辛勤的工作，依然在努力，在奋斗，在拼搏。六月是我艰辛的岁月，我要把阳春的每个乡镇都跑透，好好把\_\_市场做强做大，自己有了摩托车了把每个角落的客户都得开发，不放过一线的机会和市场，有了目标才会发展，有了动力才会进步！