

# 2023年药店每月工作计划(精选5篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。相信许多人会觉得计划很难写？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

## 药店每月工作计划篇一

营业员是药店的核心之一，一个药店的好与不好，一大半就是看这个药店的营业员如何，药店大多数是做回头客的生意，而药店营业员又要做到小病做医生大病做参谋，要给病人以安全感。。等等，药店的营业员可不是闹着玩的。。要治好病的同时又要赚到钱，这个才是艺术。

营业员的岗位看似很普通，但要把这份工作做好，却并不简单 还有就是多记药品名，药品摆放位置，药店药很多很杂，。

每一位顾客都是抱着某种需求才走进药店的，所以药店营业员要尽快了解顾客的真正购买动机，才能向他推荐最合适的药品。

观察+试探+咨询+倾听=充分了解顾客需求——药店营业员销售方程式

察颜观色 通过仔细观察顾客的动作和表情来洞察他们的需求，找到顾客购买意愿产生的线索。

1、观察动作。顾客是匆匆忙忙，快步走进药店寻找一件药品，还是漫不经心地闲逛；是三番五次拿起一件药品打量，还是多次折回观看。药店营业员注意观察顾客的这些举动，就可以从中透视出他们的心理了。

2、观察表情。当接过药店营业员递过去的药品时，顾客是否

显示出兴趣，面带微笑，还是表现出失望和沮丧；当药店营业员向其介绍药品时，他是认真倾听，还是心不在焉，如果两种情形下都是前者的话，说明顾客对药品基本满意，如都是后者的话，说明药品根本不对顾客的胃口。店员进行观察时，切忌以貌取人。衣着简朴的人可能会花大价钱购买名贵药品；衣着考究的人可能去买最便宜的感冒药。因此，药店营业员不能凭主观感觉去对待顾客，要尊重顾客的愿望。

通过向顾客推荐一、两件药品，观看顾客的反应，就可以了解顾客的愿望了。例如：一位顾客正在仔细观看消炎药，如果顾客只是简单地应酬了一句，那么药店营业员可以采用下面的方法探测这位顾客：“这种消炎药很有效。”顾客：“我不知道是不是这一种，医生给我开的药，但已用光了，我又忘掉是哪一种了。”“您好好想一想，然后再告诉我，您也可以去问一下我们这的坐堂医师。”“哦，我想起来了，是这一种。”就这样，药店营业员一句试探性的话，就达成了一笔交易。顾客所看的闹表为话题，而是采用一般性的问话，如：“您要买什么？”顾客：“没什么，我先随便看看。”药店营业员：“假如您需要的话，可以随时叫我。”药店营业员没有得到任何关于顾客购买需要的线索。所以，药店营业员一定要仔细观察顾客的举动，再加上适当的询问和推荐，就会较快地把握顾客的需要了。

1、不要单方面的一味询问。缺乏经验的药店营业员常常犯一个错误，就是过多地询问顾客一些不太重要的问题或是接连不断的提问题，使顾客有种“被调查”的不良感觉，从而对药店营业员产生反感而不肯说实话。

2、询问与药品提示要交替进行。因为“药品提示”和“询问”如同自行车上的两个轮子，共同推动着销售工作，药店营业员可以运用这种方式一点一点地往下探寻，就肯定能掌握顾客的真正需求。

3、询问要循序渐进。药店营业员可以从比较简单的问题着手，

如“请问，您买这种药是给谁用的？”或“您想买瓶装的还是盒装的？”，然后通过顾客的表情和回答来观察判断是否需要再有选择地提一些深入的问题，就象上面的举例一样，逐渐地从一般性讨论缩小到购买核心，问到较敏感的问题时药店营业员可以稍微移开视线并轻松自如地观察顾客的表现与反应。

1、做好“听”的各种准备。首先要做好心理准备，要有耐心倾听顾客的讲话；其次要做好业务上的准备，对自己销售的药品要了如指掌，要预先考虑到顾客可能会提出什么问题，自己应如何回答，以免到时无所适从。

2、不可分神，要集中注意力。听人说话也是一门学问，当顾客说话速度太快、或与事实不符时，药店营业员绝不能心不在焉，更不能流露出一不耐烦的表情。一旦让顾客发觉药店营业员并未专心在听自己讲话，那药店营业员也将失去顾客信任，从而导致销售失败。

3、适当发问，帮顾客理出头绪。顾客在说话时，原则上药店营业员要有耐性，不管爱听不爱听都不要打断对方，可是适时地发问，比一味地点头称是、或面无表情地站在一旁更为有效。一个好的听者既不怕承认自己的无知，也不怕向顾客发问，因为她知道这样做不但会帮助顾客理出头绪，而且会使谈话更具体生动。为了鼓励顾客讲话，药店营业员不仅要用目光去鼓励顾客，还应不时地点一下头，以示听懂或赞同。例如：“我明白您的意思”、“您是说……”、“这种药很不错”，或者简单地说一声：“是的”、“不错”等等。

4、从倾听中，了解顾客的意见与需求。顾客的内心常有意见、需要、问题、疑难等等，药店营业员就必须要让顾客的意见发表出来，从而了解需要、解决问题、清除疑难。在药店营业员了解到顾客的真正需求之前，就要找出话题，让顾客不停地说下去，这样不但可避免听片断语言而产生误解，而且药店营业员也可以从顾客的谈话内容、声调、表情、身体的

动作中观察、揣摩其真正的需求。

5、注意平时的锻炼。听别人讲话也是一门艺术。药店营业员在平时同朋友、家人、服务对象交谈时，随时都可以锻炼听力，掌握倾听技巧，慢慢地就可以使倾听水平有很大的提高，而且也可以从倾听中学到许多有用的知识。

## 药店每月工作计划篇二

1、能够充分了解药店的经营现状、品种类型、服务水平，以及本分店未来发展方向等情况，负责制定本店完善的工作流程和服务体系，并依据经营方针与目标建立药店服务管理制度。

2、能够了解行业的常用术语和管理的基本知识和技能，如药品的毛利率、动销率、动销周期、pop等一些管理上的术语和知识。

3、能够了解一般的药品知识。

店长要掌握经营药品的名称、规格、价格、特征、产地、品牌、制造流程、

原料、使用方法及储存方法等。

4、能够清楚掌握竞争对手的情况，掌握药店服务信息反馈的分析和总结。药店店长应随时留意竞争对手的举动和经营状态，如销售额、市场活动、价格变动、新品上市、人员变动等。

5、能够明确自己的工作职责与工作规范。

6、能够了解顾客特性与其购买心理。药店店长应能够站在顾客的立场上去体会他们的需求并了解顾客的需求特征。

7、掌握一定的销售服务技巧。要成为一名优秀的药店店长，必须对销售工作有一个新的认识，不能仅停留在狭义的传统观念里，应该努力学习并灵活运用接待顾客时的基本用语、应对技巧及处理顾客抱怨方法等，并将经验积累传授给店助或柜组长或店员，以提高药店整体水平。

## 二、基本职责

### 1、公司各项指令和规定的宣布与执行。

传达、执行公司的各项指令和规定；负责解释各项规定、营运管理手册的条文等。

### 2、完成公司下达的各项经营指标。

经营指标的主要目标包括：营业目标、毛利目标、费用目标及利益目标。店长应根据公司下达的各项经营指标，结合本店的实际情况，制定年度销售计划的执行计划（包括商品、销售、培训、人员等项目的计划），可具体细分为月计划、周计划、日计划有些可做到每小时计划等。

### 3、掌握药店销售动态，调整经营品种结构。

店长要掌握药店商品销售动态，并根据销售动态，调整经营品种结构，建立客户需求登记簿，凡是顾客有所需求的品种，都一丝不苟的登记并组织进货。通常首次数量不宜太多，售完再进，根据销售速度来决定进货量。凡是打开销路的品种，方可进入正常的购进计划中。店长还要掌握每日、每周、每月的销售指标的完成情况，并及时向公司总部汇报本店销售动态、库存情况和新产品引进销售情况等，并对本店的滞销药品淘汰情况提出对策和建议。

### 4、确定合理的零售价格。

连锁门店可能没有定价权，但可以将周边市场的价格信息如顾客敏感的品种价格信息随时反馈；店长还要做好各种报表的管理，例如店内顾客意见表、盘点记录表、商品消耗记录表和进销商品单据凭证等，以加强监督和审核药店会计、收银等作业。

## 5、商品的消耗管理。

店长应针对主要消耗商品进行管理，以将消耗降到最低。

## 6、做好药品分类管理工作：商品的摆放是一门学问。

不但药品和非药品要严格分区管理，医疗器械也需单独陈列，不能与非药品混淆。为方便销售，一般讲时令畅销品种摆在柜台上层和货架的明显位置（黄金视角）。

## 7、维护药店的清洁卫生与安全。

（2）药店前场与后场的环境卫生。一般按区域安排，责任到人，由店长落实检查。

（3）在营业结束后，店长应对店内的封闭情况，保安人员的到位情况、消防设施摆放情况等主要环节做最后的核实、确保安全保卫工作万无一失。

## 8、店内职工的工作安排与管理。

店长应负责考勤的记录、报告，依据工作需要选择和配备人员，对员工仪容、仪表和服务规范执行情况进行监督与管理，建立合理的奖金分配制度，体现“按劳分配、多劳多得”的原则。如有的药店不但在销售额上要做到每个班组单独记账，其它各项工作也指标化（如把销售额、开票笔数、商品摆放、环境卫生、迟到早退都细化成一定比例，用来分配奖金）。通过制度与经济双管齐下，不但激发了员工的热情，药店的

各项规章制度、临时工作也能得到及时的贯彻和执行。

## 9、教育、指导工作的开展。

教育指导员工自觉遵守公司规范，积极开展细致的思想工作，协调人际关系，使员工有一个融洽的工作环境，增强药店的凝聚力。用药学服务拢住每一位顾客的心，这有赖于对店员有效的进行药学知识、服务培训和工作指导的开展。所以我们三立医药正在帮助各位店长对店员进行医学、药学知识的辅导，使店长有了培训工具，新员工入职可以借鉴并使用。

## 10、职工人事考核、提升、降级和调动。

店长要客观评估员工的表现，实事求是地向公司人事主管部门提交有关员工的人事考核、职工提升、降级和调动的建议。增加考核店员的特殊指标如店员的多销指标和店员的流失指标（员工的四项基本修炼）。所谓多销指标，就是指顾客通过店员的关爱服务后，多增加的销售部分。流失指标，就是那些“空手而归”的顾客数量，接待好“闲逛型”顾客，是药店增加销售的亮点。

## 11、加强服务质量管理，做好顾客投诉与意见处理工作。

要满足和适应顾客不断增长和变化的需求，就要正确对待、恰当的处理顾客的各种投诉和意见。同时，保持与顾客经常沟通与交流，深入居民或顾客中倾听他们的意见和要求，随时改进药店的服务。

## 12、各种信息的书面汇报。

有关竞争店的情况，顾客的意见、商品的信息、员工的思想等各种信息，应及时用书面的形式向企业总部汇报。

## 13、意外事件的处理。

店长面对门店各种突发事件如火灾、停电、盗窃、抢劫等，应做出迅速判断并能够迅速处理。

## 药店每月工作计划篇三

### 1、通过购物篮来提高客单价。

每到一个超市大家都会看到购物车、购物篮，推一个购物车，你会不自觉地多买很多东西，但是仅仅靠双手来拿，你会发现购买的东西很有限。因此我要求我的员工首先要保证购物篮的干净整洁，促销期间手上必须有一个购物篮，方便顾客购买药品，非促销期间，当顾客购买物品超过2件时必须主动递购物篮，说着简单，这是一个长期而且必须坚持的工作。

### 2、商品品类管理。

每一个药店的请货计划一般都是店长自己做的，比如我，有时候顾及到药品的有效期问题就会单方面的认为该商品是否畅销来决定是否请货，殊不知，缺货不单单影响潜在的销售，也会造成现有商品的滞销和效期，进而影响顾客的满意度，从而严重影响以后的销售工作。健康的商品品类，是精彩销售的开始。

### 3、员工专业知识培训。

药品就是我们的武器，对武器的不熟悉，直接造成战争的失败。只有对产品的绝对熟悉才会真正的联合用药，才不会出现荐错药、卖错药的情况，最大限度地避免了因销售而带来的顾客投诉，从而提高顾客满意度。过硬的专业知识是一场成功销售的开始。

### 4、重视顾客服务。

一直在强调顾客是上帝，做销售就是在做服务等等，但是有

没有真正的把顾客利益放在第一位只有我们自己心中最清楚，顾客是一切精彩的开始，无论我们的其他工作做的再好，没有顾客消费，一切都是零。因此，必须要重视顾客服务，重视顾客投诉，科学有效的管理好我们的顾客，把更多的顾客转化为我们的重视顾客。守护好我们一切精彩的开始。

总之□xxxx年过去了，无论成功还是失败□xxxx都要从头来过。零售药店迅猛发展的今天，重要的是做好基础，基础好了，才能走的更远。

## 药店每月工作计划篇四

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。

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。

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90%以上。

20xx年全年计划销售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。

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净利润在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。

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。

，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。

## 1、北京、天津

## 2、上海

建议：公司必须进行市场的投入，对上海实行单独的操作模式，实行底薪加提成的薪金制度，作为公司的长线投资市场。

## 3、重庆

其从事新药推广时间短，地区管理经验不足，但为人勤奋，经济能力弱，可能会扣押业务代表的工资、费用，挫伤业务代表的积极性。根据以往的工作经历，喜欢冲货、窜货。

市场要求：

必须保证有1000个以上终端，对目前的市场进行必要的摸底，然后要求招聘招商。注意了解货物流向。

## 4、黑龙江

## 5、辽宁

有较长时间的otc操作管理经验，市场熟悉，但辽宁市场混乱，尤其是otc竞争激烈，一般要店促销人员很多，费用过大，需要提醒向农村市场转移。

下半年销售任务：36000盒实际回款28800盒公司铺底7200盒

## 6、河北

能力强、但缺乏动力

要求开发：石家庄唐山秦皇岛、邢台保定等9个地区

7、河南

要求开发17个地区中的10个地区

8、湖北

要求下半年继续召开会议，进行农村推广

9、湖南

进行协助招商。

10、广东

11、广西

要求开发otc市场，

12、浙江

13、江苏

14、安徽

15、福建

报纸招聘

16、江西

报纸招聘

## 17、山东

确定唯一的总代理，总负责制度，进行必要的市场协助划分。

## 18、四川

## 19、贵州

## 20、云南

协助招聘

## 21、陕西

报纸招聘

## 22、新疆

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。

要求公司做好如下的工作：

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：

### 1、成都的智能：

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。

### 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。

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。

附件：

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

## 药店每月工作计划篇五

为了更好地贯彻和落实党和国家的中医药工作政策，充分发挥中医药的特长和优势，不断满足人民群众对中医药服务的需求，优化我院的`中医药资源，为广大人民群众提供更加优质、价廉、方便的中医药服务，提升我院中药房的服务质量，获得良好的社会效益和经济效益，扩大中医药在当地群众中的影响，树立我院的良好形象，特制订我院20xx年下半年中药房工作计划。

1、中药房的面积应当与医院的规模和业务需求相适应。

2、中药房应当远离各种污染源。中药房应当宽敞、明亮，地面、墙面、屋顶应当平整、洁净、无污染、易清洁，应当有有效的通风、除尘、防积水以及消防等设施。

3、备齐药架、除湿机、通风设备、冷藏柜或冷库、称量用具（药戥、电子秤等）、粉碎用具（铜缸或小型粉碎机）、贵

重药品柜、毒麻药品柜。

采取有效措施，加强对中药房人员的管理，严格规范中药品的进销渠道，健全药品收货入库和领药的监督体制，加强中药房人员岗位培训，明确中药房人员岗位职责。力争在年度初期制订和完善中药房人员岗位责任制、药品采购制度、药品管理制度、在职人员教育培训制度等各项规章制度。

药品质量的好坏是关系到老百姓生命安全和医院生存和发展的先决条件，其优质可靠的药品是医疗质量和医疗安全的重要保证。所以，中药房要严把质量关，严禁假冒、伪劣药品入库，杜绝药品过期、失效、霉烂、变质的事件发生，贵重、毒麻实行专柜存放，专人管理。

中药房工作人员必须遵守各项规章制度，按照医院规定的作息时间按时上下班，按时签到，接班人员必须提前10分钟到岗。有事需向院长请假，严禁利用工作时间从事打游戏、下棋、上网等活动。