浙教版初中信息技术教案 七年级信息技术教学计划(实用6篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

医疗销售半年工作总结ppt篇一

为了充分发挥中医药在初级卫生保健中的作用，为农民提供安全、有效、便捷、经济、适用的中医药适宜技术服务，满足当地群众对中医药防治疾病的要求，切实增强中医药服务能力，继续加强和巩固振兴中医药事业建设成果，按照《湖南省全国农村中医工作先进县建设标准》，结合我镇实际情况，特制定本年度中医药工作计划。

1、在上级主管部门领导下，我镇成立振兴中医药事业领导小组，我院也相应成立中医药工作领导小组，并设立中医管理科和中医药适宜技术推广工作领导小组，中医药日常事务由xxx负责（包括中医医疗质量、医疗文书书写、中药药品质量的监督，负责对村卫生室的管理和技术指导及业务知识培训等）。

2、继续加强业务知识培训。根据□20xx—20xx年湘潭县基层常见病多发病中医药适宜技术推广项目实施方案》文件要求，积极组织中医药人员和乡村医生参加县卫生局举办的中医药适宜技术推广培训班，不断引进和推广中医药适宜技术，并在工作中至少引进4项中医药适宜技术，同时在村卫生室和乡村医生中广泛推广应用。医院定期举办中医药学术活动业务讲座，组织全镇中医药人员学习。

3、加强中医专科专病建设

继续巩固和发展xxx负责的中医糖尿病专科□xxx负责的中医骨伤科，并新增xxx负责的针灸理疗科，更加体现中医特色优势，以提高病人量，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。

4、加强中医医疗文书的规范和管理。要求中医人员运用辨证论治诊疗疾病，按照中医病历规范书写门诊和住院病历，促进中医业务水平的提高和进步。

5、继续加强对村卫生室的管理，加大对村卫生室的扶持力度，

6、继续加强对中药房、中药仓库、中药炮制室的建设和管理，定期督查，抓好中药饮片质量，做好规范化药房的保持巩固工作。

7、加强中医药预防保健知识宣传工作。每季度以宣传栏的形式宣传中医药防治传染病和农村多发病常见病，提高当地群众对中医药防治疾病的认可。

8、督促中医管理科履行职责，监督全镇中医药人员做好各项工作，配合医院做好资料收集、整理、上报等各项任务，并及时完成上级布置的相关任务。

相信通过我们的不懈努力，将不断提高我院中医药人员和村卫生室、乡村医生的中医药专业技术水平和防病治病能力，把今后的中医药工作做得更加扎实，为振兴中医药事业、提高农村常见病多发病治疗效果、解决当地群众“看病难，看病贵”的难题做出更大的贡献。

医疗销售半年工作总结ppt篇二

一、背景：

(一)、新版《医疗广告法》颁布后，医疗广告管制受限日趋严格已成定势。

(二)、深圳医疗市场竞争日趋激烈，特别是民营医疗机构竞争更面临新的挑战。

(三)、深圳市医保推出十大举措，进一步扩大医保范围。

二、目的：

(一)、客户服务中心是一个专门的医院内部机构，为就医顾客提供诊前、诊中、诊后等完善、全面、高品质的一体化服务。

(二)、医疗市场竞争的日趋激烈，使医院必须向就医顾客提供更好的优质服务和人文关怀，全面贯彻和体现“以顾客为中心”的服务理念，为就医顾客提供诊前、诊中、诊后等完善、全面、高品质的一体化服务，这样才能保证医院的生存与发展。因此，成立专门的机构医院客户服务中心，来负责向客户提供一体化的服务。通过医院客户服务中心，医院就可以有的放矢地为就医顾客提供完善的服务。

三、指导思想：

(一)、整合医院资源，利用品牌优势，做好地面营销拓展，加强品牌宣传和建设。

(二)、进一步明确客服部职能，加强客服部组织建设，打造一支精悍有力、行动迅速、务实求进的营销队伍。

(三)、通过广泛与市、区、街道、居委等各级政府职能部门(卫生局、健教所、计生委、妇联、共青团委)、民政部门(残联、慈善会)、红十字会、社区、工厂、公司、非竞争性行业等的合作，灵活多变宣传医院各医疗机构，并进行项

目营销。

(四)、响应政府“天堂”、“和谐”、“健康”等号召，加强构建政企合作、健康合作。

，配合医院不断提升客服内涵，提高来院客户满意度。

四、部门建设：

(一)、部门职能

1、部门职能定位

1)、市场调研;

2)、市场战略规划及市场策略制订;

3)、活动及事件营销策划;

4)、在医院 配合下开展社区

5)、参与医院经营、广告会议;

(二)、部门组织建设：客服部组织构架，人员充实到位。

1、组架构图

2、职责分配：

医院客服部职责：

1)、负责参与医院客服工作模式规划;

3)、负责客服中心外勤营销人员培训;

4)、负责参与由医院主导的事件营销策划;

5)、负责建立医院客服中心的考核标准;

6)、负责组织人员完成医院客户满意度调查;

医院客服中心

1)、体检及营销组：负责市场调研、事件营销、地面营销、社区营销;

1、编制及主要职责：见下表

岗位

人数

所属部门

主要职责

备注

部门经理

1

客服中心

1)、负责统筹客服部工作，指导各中心开展工作;

2)、负责建立健全客服部规章制度

3)、参与医院经营、广告会议;

4)、主导事件及活动策划;

5)、负责统筹客服部人员培训;

导医

12

导医组

1)、对于来院客户在接受服务过程中，有需要帮助的，及时提供帮助，特殊客户需陪同检查治疗的要予以陪同(包括代客人计价、交费、取药，护送各类检查、治疗等工作)。

2)、导医组协助客户分发各种检查、检查单，协助办理各种诊断证明书

客服专员

2

客服组

2)、建立医院客户关系管理系统，主要分为住院客户系统、健康体检客户系统、团体单位客户系统，开展对客户来源的分析，对客户意见进行研究，对团体单位客户建立定期访问制度。

3)、组织全员电话回访、定期访问。

客服专员

5

咨询组

1)、咨询员形象是医院的代表，咨询科接听的每一个电话，都是医院投入广告资金带来的意向顾客，以良好的服务态度认真接听并解说好每一个咨询电话，正确引导意向顾客来院就诊，是咨询科每一个工作者的首要职责。

2)、熟悉各科室的功能和所开展的医疗技术项目;熟悉各科专家的专长、出诊时间及专科出诊时间;掌握各科常见病的分诊和防治知识;了解常做的检验报告的数值和临床意义;与各科室做好沟通，密切配合。

3)、深入各个临床和医技 科室以及其他相关部门;收集各种医 疗技术与服务信息，为客户提供更优质的咨询和导医服务。

4)、负责医院广告统计。

健康顾问

12

体检及

营销组

1)、负责社区营销开发;

2)、负责小型健康咨询、义诊、健教的实验;

3)、负责实施市场调研、满意度调查;

4)、负责项目合作开发;

5)、负责体检工作开展;

服务规范

1)、树立“以客户为中心”的服务理念，积极、主动、热情地为顾客提供人性化、个性化、优质化的商品质服务。

2)、中心所有客户服务员都要统一着职业装、佩带胸卡和淡妆上岗，做到仪表端庄，整洁大方，以饱满的精神接待每一位就医顾客及其家属。

3)、使用文明礼貌用语，做到就医顾客来有迎声、问有答声、走有送声。执行首问负责制，耐心解答、主动关心顾客需要，为顾客排忧解难。

4)、认真接听各种来电，以抖擞的精神应对各种来电。

5)、自觉遵守医德规范，劳动纪律，医院各项规章制度。

(三)制度建设：

1、明确进一步理顺顾客服部与医院的工作流程，取得医院全力配合;

2、制订客服部工作流程、规章制度、团队文化;

3、建立健全激励机制，实行区域管理、专人专职。实行问责制，目标到人，责任到人。

五、工作计划草案：

(一)、定期、规范开展市场调研：

1、调研内容：

2)、医院主要竞争对于部分医疗价格调研，并提交调研报告每季度1次;

3)、根据医院需求进行的专项调查，并提交调研报告;

(二)、拓宽营销渠道之一，主面铺开社区营销网络

1、合作对象：

1)、区政府、街道办、居委会、物业管理公司;

2)、健教所、关爱办、文化局、民政局等其它单位;

2、开发方式及途径：

3)、义诊+文艺表演：此做法易短时间聚集人气，比较受社区欢迎;

4)、义诊+放电影：比较适合中、低档次社区，特别是关外市场和工厂;

5)、健康讲座：根据社区需求组织专家开展健康讲座;

3、所需医院支持：

1)、需一支高素质，精干的营销队伍。

2)尽快与能达成共识的物业管理公司签订协议，尽量减少资源开发后的流失。

3)与物业管理公司合作，需各医院提供资源支持;如免费为物业管理公司员工提供健康体检、部分需付费支持(如是付费形式，则以广告公司名义介入)。

4)成立“医院文艺俱乐部”参与社会演出。

5)放电影，须购置较大型的投影设备，将现有的音响转给客服部管理。

6)配置一台可装音响和椅子的人货车，便于外出。如根据本计划要求，客服部至少须配两台车。

7)须建立激励政策，不仅是个人，更需要考虑到团队激励，建议参照直销的奖金提成方式制定，提高团队运作能力。

(二)、拓宽营销渠道之二、深入工厂、公司开展医疗基础;

1、合作对象

2)1000人以上的大型工厂、公司、工业园;

2、开发方式及途径;

1) 劳务工合作定点医疗：营销组须与医院共同开发工厂劳务工定点医疗。

2)健教宣传栏：利用工厂现有宣传栏资源;由医院或医院投资建设的，我医院拥有所有权和使用权。

4)义诊+文艺表演或放电影;此形式时间聚集人气，比较受社区欢迎;

5)健康讲座：根据社区需组织专家开展健康讲座;

6)特色项目营销：通过为员工提供特别优惠、签订让利协议、开展学术营销：主要推动妇科知识项目开展。

7)优惠提供健康体检;

3、运作策略

1)营销理念：先做好服务、再做营销;

2)在投入的基础上，须与合作方签订排他协议为佳;

(四)、拓展营销渠道之三，行业内互补式营销

1、合作对象

1)医院周边医疗门诊、社康中心;

2)医院特色专科的项目，是合作方不具备的。

2、开发方式及途径：

1)送病人来院手术、治疗费用，适当给予提成;

2)专家会义诊

3)学术研讨、学术讲座、学术培训等形式。

3、运作策略

1)首选与单位进行合作，次选与个人合作，尽量减少合作风险;

2)技术指导+比例提成。

(五)、拓宽营销渠道之四，行业外的合作;

1合作对象

1)、娱乐场所：如美容院、夜总会、酒吧、休闲会所、洗浴城、发廊等;

2)、药店、餐饮业、石油公司、教育系统等;

2开发方式及途径：

1)、发放“关爱卡”性知识手册、俱乐部会员资源共享;

2)、根据不同行业的特别另行策划;

3、运作策略

1)、互利互惠式合作;

2)、帮助对方扩大声誉、客源的做法;

(六)、主题事件和活动策划，设，与政府联合开展爱心活动，对贫困患者实行救助，倡导社区开展互动关心活动，建立社会公益形象，为医院在公众号召力的位置上形成标杆地位。主要以突现人文关怀、和谐健康、预防为主、防治结合的思想。

内容可有：

1、 关爱女性健康系列;

2、 关爱健康 关爱乙肝

3、 共建和谐家园系列之—夕阳红关爱老年人

4、 共建和谐家园系列之—关爱青少儿成长才艺大赛

医疗销售半年工作总结ppt篇三

销售是一门需要钻研的艺术，作为销售人员要有一双慧眼，通过一双慧眼，从顾客的行为中能发现许多反映顾客内心活动的信息，它是销售人员深入了解顾客心理活动和准确判断客户的必要前提。你是否在找正准备撰写“医疗器械销售月度工作计划”，下面小编收集了相关的素材，供大家写文参考!

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

__部门负责的客户大体上能够分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，进取拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，构成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要经过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展供给重要来源。2017年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要坚持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20__年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，经过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面供给优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情景至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分研究对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不一样网点业态对公业务的服务资料、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。经过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加

强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升__部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的职责加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理供给技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，坚持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，构成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应本事，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户信息通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设

加紧培养__部门人才要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，经过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，进取完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

在本项目做销售已有半年之久，积累了必须的客户群体，包括已成交客户和未成交的潜在客户，把已成交客户的售后工作及潜在客户的长期追踪服务，移交给一名替代自我的新员工手里，给予他锻炼的机会及稳定的客户资源链，已到达能够快速的上手接任自我的工作。

对于新上岗的几位新同事，选出一名具有潜力值得培养成为优秀销售人员的新员工，并能够做出令公司满意的业绩，以替代自我。

望公司近两天多搞一些培训活动让新员工有充分展现自我的机会，我好观察出价值的人员出来，人员选定将在25号之前选出，望公司多给予支持。

新员工认定后将有为期20天的员工培训，3个阶段，每阶段7天，其中休息一天，时间为晚上2个小时，并在白天注意观察他的工作情景，已做好记录，待培训时做好总结，经过对于新员工的高要求使其快速提高，以到达公司的目的。

三：高效团队的建设

主管已不再像销售一样单单靠自我去完成公司指定的业绩，而涉及到方方面面，包括团队心态管理，制度管理，目标管理，现场管理等。自身总结出以下几点来做好团队管理工作营造进取进取团结向上的工作氛围主管不应当成为“所有的苦，所有的累，我都独自承担”的典型，主管越简便，说明管理得越到位;奖罚分明公正，对每个人要民主要平等，充分调动每个成员的进取性。在生活中，项目主管需要多关心多照顾同事，让大家都能感受到团队的温暖。

2.建立明确共同的目标项目主管要给员工规划出一个好的发展远景和个人的发展计划，并使之与项目目标相协调。

四：落实自身岗位职责

1.应把公司的利益放在第一位，以公司效益为目标，对公司应具有绝对忠诚度。

2.协助销售经理共同进行项目的管理工作，服从上级的安排，竭尽全力做好每一项工作。

3.主持售楼部日常工作，主持每日工作晨会，沟通上下级及售楼部与其他部门的关系。

4.创造良好的工作环境，充分调动每一位员工的进取性，并坚持团结协作、优质高效的工作气氛。

5.及时传达公司下达的政策，并不断的考核。

6.负责落实楼款的回收工作，督促销售人员的贷款流程的正常进行。

7.做好每日的来电、来访登记及审查工作，负责销控表的销控核对，统计每日定房量，填报各项统计表格，以保证销售的准确性。

8.负责组织销售人员及时总结交流销售经验，加强业务修养，不断提高业务水平。

9.负责处理客户的投诉，并在调查分析后向销售经理汇报。

在今后的工作当中自我还将不断的学习，总结经验，快速提高，望自我能够早日成为一名合格的、专业的、另公司上下级认可的项目销售主管。最终对于领导在百忙之中有此雅致来看自我的工作计划深表感激，祝愿公司领导工作顺心，身体健康!

一;对于老客户，要经常保持联系。

二;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。

三;对自己有以下要求

1：每周至少要保障有8台机器入帐，在保障有机器的情况下必须保证每台机器的成本以及成本之间的利润，尽量能够保证商用笔记本单台的利润空间不能够底于300月之下。家用笔记本必须争取在不亏的其他适当的把自己的利润点数提高点。而且也要必须保证完成笔记本的单台量。

2：经常把自己所做下来的单子和客户记一下看看有哪些工作上的失误有那些地方还可以改进，确切的说就是能不能够还把自己的毛利点提高一点呢，及时改正希望下次还能够做的

更好。

3：在和客户交谈当中必须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：为了我们店的销售任务这个月我要努力完成8000到1万元的利润任务额，为我们店创造更多利润。

在__年刚接触这个行业时，在选择客户的问题上走过不少弯路，那是因为对这个行业还不太熟悉，总是选择一些食品行业，但这些企业往往对标签的价格是非常注重的.所以今年不要在选一些只看价格，对质量没要求的客户.没有要求的客户不是好客户。

__年的计划.

一;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。

二;在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息。

1：每周要增加?个以上的新客户，还要有?到?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，再做好准备工作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?到?万元的任务额，为公司创造利润。

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。

一、对销售工作的认识

1。市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务:销售额100万元。

2。适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3。注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4。目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

5。不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6。先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7。对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8。努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、销售工作具体量化任务

1。制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。

2。见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5。填写项目跟踪表，根据项目进度:前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8。投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9。投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工

所需图纸(设备安装图及管线图)。

10。争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11。货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12。提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1。定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。(会议内容见附件)

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2。对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3。利用下班时间和周末参加一些学习班，学习营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，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，争取为公司做出自己最大的贡献。

根据旅行社目前的经营现状，我社如想在有限的市场份额面前占有一席之地，就得具有超越单纯价格竞争的新竞争思路，以创新取胜，以优质取胜，以价廉取胜，以服务取胜，以快

速取胜，以促销取胜等等。所以，我社明年在加强自身建设的同时，必须加大营销工作的力度，以促进我社的发展，在集团公司的领导下，把旅行社做大做强。

1。在旅行社设专门的公务旅游业务组。可以提供比如代订饭店客房、代办交通票据和文娱票据，代客联系参观游览项目，代办旅游保险，导游服务和交通集散地的接送服务等，为会议主办方排忧解难，做好后勤保障工作，为与会代表提供丰富而周到的服务。

2。制定一句旅游业务的宣传口号，可以通过一句琅琅上口的宣传口号反映出我社的市场定位。我认为(让我代理你的移动)比较合适。

3。通过一切渠道获取有关政府机关、各企事业单位的商务会议信息。

4。主动出击，承办其商务会议及旅游业务。

5。提供周到而丰富的系列服务。

6。加强与主办方的联系，形成稳定的回头客。

二、除了做好公务旅游这一市场外，旅行社传统的休闲旅游这一块业务要继续做，并且要稳步发展，力争明年达到组团和地接人数20--人次的预期目标。

1、在旅行社成立休闲旅游业务组。

2、在休闲旅游业务组内部又可细分为组团业务和地接业务两大部分。

3、根据不同的业务特点，采取不面的营销活动。力争做一个客户便留住一个客户，建立完整的客户档案，因为维系一个

老客户比去发展一个新客户容易地多，可以更容易形成客户对我们的品牌忠诚。

4、加强与外地组团社的联系与沟通，主动地向他们提供我们最新的地接价格以及线路的变化，并根据他们的要求提供所需的线路和服务，并有针对性地实行优惠和奖励。

5、主动地走出旅行社，走访南昌各大机关单位、团体、学校、医院、企业等，甚至是深入大街小巷，上门推销我们的旅游产品，这样不仅仅是推销产品，也是在做最廉价的广告宣传。

三、配合集团做好厚田沙漠的销售工作。我社计划明年在集团公司的领导下，利用沙漠景区的优惠政策，做好厚田沙漠景区的团队和散客的销售工作。目前已和湖北海外旅游集团公司取得了意向性联系，操作实施计划正在筹划之中。

1、开发厚田沙漠散客天天发这一产品，我们可以充分利用我们现在的资源优势开发这一产品，把我们散客天天发同行价以传真形式发给南昌市及周边地市的各大旅行社，从而把各大旅行社收集来的散客做成团队形式，从而占领市场。

2、把营销重点放在本省、本市的企事业单位和大、中专院校，以及中小方面，适时地进行推销，从而把厚田沙漠做成南昌各大学校组织学生组织春游、秋游及开展有益健康活动的首选之地。

四、开发新的旅游产品。

目前的南昌旅游市场，各旅行社提供市民、可供市民选择的都是近几年来一成不变的几条固定线路，我社可根据这一状况，适时地开发出一条或几条新的旅游线路，比如于浙江龙游石窟，九江石门涧等，只有不断地创新，才能保持竞争优势，当然新的旅游线路的开辟也要有顾客消费群体，符合未来市场的需求，这也是我社明年可尝试的一项工作计划。

五、旅行社营销工作应始终处在科学合理的状态中，各业务组的业务各有其侧重点，但同时其他业务也可兼做，并不矛盾。

六、加强售后服务，这对旅行社保持已有客源和开拓新客源都至关重要，形式有打问候电话、意见征询单、书信往来、问候性明信片等。

医疗销售半年工作总结ppt篇四

全国都正在进行着医药行业的整改阶段，目前。但只是一个刚刚开始的阶段，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。要在整改之前把现有的企业规模做大做强，才干立足于行业的大潮之中。

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

各地区没有一个统一的销售价格，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。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。

各自做各自的业务，以前各地区之间穿插。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。药品的销售价格方面，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。

可以说是自己的学习阶段，总结这一年。和给了这个机会，单位大家都当我一个小老弟，给予了相当大的.厚爱，这

里道一声谢谢。

可以说和把这两个非常好的销售区域给了对我有相当大的期望，自从做业务以来负责和地区。可是对于我来说却是一个相当大的考验。这过程中我学会了很多很多。包括和客户之间的言谈举止，自己的口才得到锻炼，自己的胆量得到很大的提升。

新的开端□xx年。既然把、五个大的销售区域交到手上也可以看出和下了很大的决心，因为这些地区都是根据地。为我公司的发展打下了坚实的基础。

和固定客户，1对于老客户。要经常坚持联系，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。

包括货站的基本信息。2拥有老客户的同时还要不时从各种媒体获得客户信息。

开拓视野，3要有好业绩就得加强业务学习。丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

1

都是一些较大的具有潜力的可在开发型客户资源，地区商业公司较多。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的大力协助。帮我维护好这些客户资源在一点点的转接过来。

2

药店等周边找寻新的客户资源，常的当地的货站。争取把各地区的客户资源都逾越百名以上。

3

货物的价格相对来说较低，地区距离沈阳较进。只有经常的和老客户沟通，才知道现有的商品价格。这样才干一直的拉拢老客户。新客户的开发上，要从有优势的品种谈起，比方，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

一直不是很了解，地区。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。这一年中一定要多对这些商业下手才干为自己的区域多添加新鲜的血液。

5

此区域有一些品种要及其的注意，属于区域。因为是属于的品种，但是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，但是也一定要拿下。没有翻不过去的墙，走不过去的荻。

下面是今年对自己的要求：结合以上的想法。

还要有510个潜在客户。1每月要增加至少15个以上的新客户。

看看自己有哪些工作上的失误，2每月一个总结。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。

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

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

不能置之不理一定要尽全力帮助他解决。要先做人再做事，5客户遇到问题。让客户相信我工作实力，才干更好的完成任务。

这样才干更好的完成全年任务。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。

有团队意识，7与其他地区业务和内勤进行交流。这样才干更好的解最新的产品情况和他方式方法。才干不时增长业务技能。

工作中总会有各种各样的困难，以上就是这一年的工作计划。会向领导请示，向其他业务员探讨，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。

医疗销售半年工作总结ppt篇五

一、摸清监管底数，建立工作档案

力争在四月底前摸清保健食品、化妆品企业生产经营情况及行业发展现状，着手建立辖区内的保健食品、化妆品生产经营企业监管工作档案，适时上报各级部门。

二、积极推进专项整治，重点开展监督检查

三、做好法规宣贯准备，提高监管法制水平

待《保健食品监督管理条例》出台后，将及时组织行政执法

人员进行学习、宣传和培训，做好《条例》宣传工作。

四、抓好业务培训，提升安全意识

积极派人参加省、州组织的监管人员业务知识与执法技能强化培训，为依法、科学、规范、有效履行监管职责，为监管事业可持续发展提供坚强的队伍保障。同时加强各保健食品化妆品经营单位从业人员保健食品化妆品卫生知识及法律法规培训，提高食品化妆品安全意识。

五、加大宣传力度，突出正面宣传

充分发挥当地主流媒体的宣传作用，主动宣传监管工作措施和成效。在“3.15”、食品安全宣传月等加强保健食品、化妆品卫生知识、法律法规宣传，进一步提高企业的保健食品及化妆品安全责任意识。