

最新药品心得体会 做药品的心得体会(通用7篇)

从某件事情上得到收获以后，写一篇心得体会，记录下来，这么做可以让我们不断思考不断进步。那么我们写心得体会要注意的内容有什么呢？下面小编给大家带来关于学习心得体会范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

药品心得体会篇一

第一段：引言（150字）

药品是人类生活中不可或缺的组成部分之一，它不仅能治疗疾病，还能改善人们的生活质量。作为一名从事制药行业的专业人士，我深切体会到了制药工作的重要性和挑战。通过多年的从业经历，我积累了许多宝贵的心得体会，下面我将就这些经验与大家分享。

第二段：严谨的科学态度（250字）

在制药工作中，以科学态度对待药品的研发和生产至关重要。首先，必须深入了解药品的疗效和使用范围，只有了解才能开展有针对性的研究。其次，科学的实验设计和数据分析是药品研发过程中必不可少的环节。只有通过科学的方法，才能准确地评估药品的质量和效果。最后，严格的安全标准是制药工作的基本原则之一。在制药过程中，我们必须遵守相关法律法规，并确保药品的质量和安全。

第三段：协作与沟通的重要性（250字）

制药工作是一个团队合作的过程，在这个过程中，协作与沟通是至关重要的。首先，科研人员、生产人员和销售人员之间的紧密合作能够使我们更好地了解市场需求，以便研发出

更适宜的药品。其次，科研人员与生产人员之间的紧密合作能够确保研发出的药品能够顺利生产和供应。此外，与医生和患者的沟通也是制药工作中非常重要的一环。只有与医生和患者建立良好的沟通与合作关系，我们才能更好地了解他们的需求，并根据需求进行科学研究。

第四段：追求卓越的创新能力（250字）

药品领域是一个快速发展的行业，只有不断创新才能在激烈的市场竞争中保持竞争优势。创新不仅仅包括新药品的研发，还包括制药工艺的改进和生产效率的提升。在我从事的制药工作中，我们注重创新思维的培养，鼓励员工提出新的想法和方法。我们不断投入研发资金，加强技术创新，以提供更好的药品给患者。同时，我们也密切关注市场需求，调整产品结构，提升市场竞争力。

第五段：责任与使命感（300字）

作为从事制药行业的专业人士，我始终抱着对患者负责的态度。药品关系到人们的健康和生命，每一种药品都必须经过严格的质量检验，确保产品的安全性和功效。我们时刻铭记着我们的使命，即通过质量可靠的药品来改善人们的生活质量。为此，我主张制药工作应坚持道德、严谨和负责的原则，始终以患者为中心，努力满足他们的需求和期望。只有具备责任感，才能确保我们所从事的工作符合伦理标准，真正造福于人类社会。

结论：

制药工作是一项重要而富有挑战的任务，也是一项责任重大的工作。通过严谨的科学态度、卓越的创新能力和团队合作，我们可以研发出更好的药品，改善人们的生活质量。唯有始终以患者为中心，坚持道德、严谨和负责的原则，才能确保所从事的工作具备公信力和社会责任感。我深信，只要不断

总结经验，加强自身素质，我们一定能为制药事业的发展做出更大的贡献。

药品心得体会篇二

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。

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。那么，怎样才能了解到顾客的购买需求呢？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。

试探推荐

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。

药品心得体会篇三

药品是保障人们健康的重要物质，对于医药类专业的学生而言，学习和了解药品无疑是一项重要的课程。在这个过程中，我拥有了许多宝贵的心得体会。下面从培养学习兴趣、加强理论与实践结合、学会合理使用药品、加强团队合作和追求专业化这五个方面进行讲述。

首先，在学习药品的过程中，培养学习兴趣是非常重要的。对于医药类专业的学生而言，药品学是整个学科体系的基石，因此必须对其产生浓厚的兴趣。我曾经遇到过很多同学在开始学习时对药品学感到困惑和枯燥，甚至有人不愿意花时间去学习。然而，通过我的努力和对药品学的深入了解，我逐渐发现其中的乐趣和重要性。我开始思考药品与人体的关系，研究它们与疾病的关联，了解药效、剂量和适应症等理论知识。逐渐地，我对药品学产生了浓厚的兴趣，我愿意通过学习药品理论和药品实践来不断提高自己的专业技术。

其次，在学习药品学的过程中，要加强理论与实践结合。药品学是一门理论性很强的学科，但理论内容过多过枯燥，往往难以产生实感。因此，我们要注重理论与实践相结合。我根据实际需求，利用实验室和临床资源，通过观察和操作来加深对药物的认识。同时，我也积极参与到药店实习和药品研发等实践中，亲身体会药品在实际工作中的应用。通过这样的实践学习，我发现理论与实践相结合才能更好地提

高自己的药品学水平。

第三，学习药品的过程中，要学会合理使用药品。药品是人类为治疗疾病所创造的物质，正确使用药品对于保障人们的健康非常重要。在学习药品的过程中，我发现了药品的优势和限制，以及合理用药的重要性。我意识到不同药品对疾病的疗效和副作用是不同的，不同人群对于同一药品的耐受性也是不同的。因此，在药品的选择和使用过程中，我们必须充分了解药品的特点和适应症，结合患者的具体情况做出恰当的决策。只有合理使用药品，才能避免不必要的损害同时提高治疗效果。

第四，在学习药品过程中，加强团队合作是非常重要的。药品学作为一门学科，需要不同专业背景的人员共同合作，以确保药品的研发和使用的效果。在团队合作过程中，我们以药品为纽带，各自发挥自己的专长，共同努力达成共同目标。在实际的药品团队合作中，我不仅学会了与他人沟通和协调，还学会了集思广益、同心协力去解决问题。通过团队的合作，我们能够更好地发挥药品学的专业优势，为人类的健康事业作出贡献。

最后，学习药品是一个不断追求专业化的过程。药品学是一个广阔而深奥的学科，它不仅涉及药理学、药剂学等多个学科领域的知识，还需要我们不断拓展和提高自己的专业技术。在学习药品学的过程中，我不仅要夯实基础知识，还要通过学习文献和参加学术交流等方式，了解最新的研究成果和发展动态。同时，我还要不断练习和掌握各种药品操作技术，提升自己的专业水平。只有不断追求专业化，我们才能在未来的医药行业中立于不败之地。

综上所述，学习药品心得体会，培养学习兴趣，加强理论与实践结合，学会合理使用药品，加强团队合作和追求专业化是非常重要的。通过这些实践经验，我不仅提高了自己的专业素养，更深刻地认识到药品学对于人类健康的重要性。我

相信，在未来的道路上，我将继续努力，不断挑战自己，为促进人类的健康事业做出更大的贡献。

药品心得体会篇四

做医药销售，每个人都有不同的心得体会，自己的做事方式。本文是本站小编整理的药品销售心得体会，希望对你有所帮助。

前几天老板带我到一家民营医院去拜访采购部经理，谈我们一个重要产品的学术合作的协议，让我再次感受到老板销售谈判的魅力，我觉得有三点值得我好好学习：一是思路要清晰；二是目的要明确；三是细节要关注。

老板说：做销售从某种程度上来说就是在做服务！要随时准备为客户做好服务。这应该是医药代表的基本素质之一。前几天开会老板也谈到：我们所在的公司是一家发展非常迅速的制药企业，在未来一定会有大规模的扩展，所以我们都应该想想如何提高自身的素质和能力来与公司的发展相匹配。要做到这一点，我想首先应该明确：作为一名优秀的医药代表究竟应该具备怎样的素质呢？记得刚做销售时有一位老大姐跟我说：做好销售其实很简单，“一张嘴两条腿”，如果你能再加上一点脑子，那你的销售就可以做的比一般人优秀了。这段话当时听来对我还是很有帮助的，她总结出了医药代表应该具体的几点素质，比如要勤快、要会说有沟通能力、此外还要会动脑筋等，但还不够全面，下面我谈谈我自己的一些看法。

我觉得要想成为一名优秀的医药代表，首先应该具备两项基本素质：一是良好的“悟性”；二是自我激励的能力。

良好的“悟性”

“悟性”是指人对事物的分析和理解的能力。对于我们医药

代表来说，我们面对的客户可能相对还比较固定，但即使是对同样的客户他在不同的时间也会有不同的需求，如果从客户所传递的许多不明确的信息中找到他的真正需求，“悟性”就起着相当重要的作用。只有具备良好的“悟性”，才能在他与客户的交流中，可以很快地通过观察、了解对方的习惯、需要，预测对方的行为反应，及时作出判断，顺应客户习惯，投其所好，解决对方的问题，如此你的销售目标大概就达成了一半。我想我的老板当年在做代表时应该是非常有“悟性”的人，从她现在销售谈判的娴熟就可窥见一斑了。想想我自己，这一点可能是我最欠缺的，一直以来我都是一个勤奋有余而“悟性”不足的人，可能这一项素质很大程度是天生的，后天培养比较困难。

自我激励能力

美国首屈一指的动机学专家齐格拉，曾把激励比做一辆汽车上引擎的启动器，没有启动器，引擎就将永远不会发出功率。自我激励能力，就是医药代表必须有一种内在的驱使力，使他个人要而且需要去做“成功”一件销售；而并不仅仅是为了钱，或为了得到上级的赏识。当然，从心理学的角度来讲，一般人工作是赚更多的报酬和晋升的机会，事实上现实中也正是这样，但是如果缺乏内在的驱使力，当他的工作达到某一个水准时，那么他的销售业绩也就基本停滞不前了，只能维持这个水准，甚至开始逐渐下滑很快就流于平凡的销售员。对于我们医药代表来说，在拜访的客户的过程中经常遇到各种不顺利的情况，这对我们是一个挑战，而具有良好自我激励能力的医药代表，常常能够发挥人类潜能，极力克服困难，以期达到销售的目的。虽然他工作的目的不完全是为了报酬，但他能积极主动地去开拓市场，希望能有好的成绩。做医药代表工作上有很大的自由度，工作计划的设定、日程的安排，主要取决于代表个人，组织的控制比较困难。缺乏自我激励能力的人员，工作中常常缺乏进取精神，甚至产生懒惰的情绪；而具有强烈的自我激励能力的代表则会很好地进行自我管理，不断地去迎接挑战，不断地学习新的销售技巧和专业知

识，以期能够有更大的突破。这一点素质我觉得自己有一些，但还远远不够。

1、勤奋。我觉得这是第一位的。勤能补拙，勤奋就是全力投入，有着常人难比的耐力。纵使再失意或者业绩下跌的时候，还是奋力直冲，决不撤退，到头来仍然能完成目标。

2、掌握必要的知识。作为一名专业的医药代表产品知识的重要性是毋庸置疑的，在此不多谈。

3、沟通的技巧。良好的沟通技巧可以帮助你更快达成自己的目标，沟通是分两面的：一个是倾听，一个是诉说，而一名医药代表不仅要掌握倾听和诉说的能力，还应该涵盖一些有用的谈判技巧，能够通过沟通读懂对方的意思，把握一些销售切入的点，当然代表还需要在与客户的沟通的过程中去了解竞争产品的信息以及一些有用的市场信息。

4、协作能力。这一点我本人是深有体会的。销售业绩要达到，必须依靠团队，个人能力再强也不可能将整体销售带到一个很大的规模。木桶理论告诉我们，团队能力的大小不是取决于团队中能力最高的人员，而是取决于团队中能力最低的人员。新的木桶理论还认为能力较高的业务人员可以帮助能力较低的业务人员弥补不足，从而使团队能力上升一个台阶。

5、服务的意识和能力。做销售从某种角度来说就是在做服务，所以服务的意识和能力也是非常重要的。

6、学习能力。中国有句古话，就是“活到老，学到老”，医药代表面对的是瞬息万变的市场以及善于学习、进步的客户，所以必需不断的学习，从市场中吸取养分，将客户作为学习对象，还有通过读书以及互联网获取最新的知识，才能完善、提升自己的能力，才能自如的应对药品销售市场的千变万化。

好了，谈了这么多，也是对自己的一个鞭策，对照着看看自

己还要许多地方需要提高，需要努力，“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”，我会在医药销售这条路上不断前行，实现自己的人生价值！

有了勤奋踏实的态度，我就多用业余时间学习有关药品的知识和公司相关药品的价格、规格。这样，在给客户介绍药品时我就游刃有余了，不用一边翻本子一边介绍。正是因为我对药品知识的熟悉，我慢慢赢得了客户的信任，同时，我时刻记住“顾客是上帝”这句话，不管顾客需要的多还是少，我都能及时为顾客送去药品。另外，正因为我对药品很了解，所以在药店售药时，我能根据顾客的病情为他们介绍合适的药品，使他们早日康复，这样为我赢得了一定的顾客。

另外，不同的人有不同的性格，由于顾客群的不同，一些单体店的需要也不相同。这样，在推销之前，我先详细了解每个店的情况和需要，然后再给他们介绍价格适合的药品，这样，客户就越来越多了。

多年的药品销售工作让我深切地认识到了胆量勇气、方法技巧与成功的关系。如果缺乏勇气胆量与你的客户接触，没有对口的方法与客户沟通，那客户只会离你越来越远，成功也就遥遥无期。正是有了勇气，所以我敢于去开拓市场，开发市场。

同时，我也懂得了做事一定要专注。做医药销售时，假如到一个医院后都认为有难度，找不到突破口，自己慢慢放弃，到最后只能是被淘汰。但是，万事开头难，如果总是半途而废，到哪一家公司可能有很大的发展呢？所以，我认为，不管干什么，都应该专注做事，只要认准了一个客户，多与他们联系，用你的真诚、耐心去打动他，慢慢地，他们就会尝试接受你的产品，从而成为你的固定客户。

以上就是我从事药品销售以来的体会，相信我的这些心得会帮助我在以后的销售工作中越做越好。

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。

(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。

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。

药品心得体会篇五

首先，了解高危药品是使用这些药品的前提。近年来，高危药品的使用已经成为医疗行业一个非常重要的话题。由于其在治疗上的特殊性质和副作用，高危药品带来的风险也相应地增加。因此，若想避免患者及医护人员的伤害，同仁们必须严格落实有关高危药品的协议和规定，同时加强自我管理和监督。

其次，正确选择高危药品使用原则至关重要。与常规药品相比，高危药品在使用时应遵守更为严格的原则。为了确保药品使用的安全性和有效性，医务人员应根据患者的身体状况、病情和治疗需求来进行选择和使用。同时，更加注重剂量、途径和频率等使用细节，同时严格遵守用药顺序和集中管理，以杜绝高危药品误用或药故意误用等不良事件的发生。

第三，坚守“三查五核”原则有利于减少使用风险。无论是在医院、诊所及其他医疗场所，医护人员应当在使用高危药品时认真查看患者的病历和检查结果。在使用药品前要确定病人对该药品的过敏情况，对病人的年龄、体重及身体情况要准确评估。同时，还需要核查药品的名称、规格、剂量、途径和有效期等，以确保药品的安全性和有效性。

第四，及时了解和处理药品副作用可以有效减少使用风险。虽然高危药品能够有效地治疗某些疾病，但同时也会带来一些副作用。因此，医务人员在使用高危药品时应当及时观察和记录患者的体征和药物反应，以便及时处理发生的意外情况，并给予相应的药物管理。对于高危药品常发生的不良反应和副作用，医务人员应当做好相关知识的学习与演练，以应对各种可能发生的药品管理风险。

最后，强调药品管理的重要性。在高危药品的使用和管理中，各级医疗机构和医务人员应切实加强协同管理与监督，加强内部制度建设及工作规范，加强药品的统一管理和使用。对

于高危药品的购买、配置、售出、分类、储存和处置等环节要严格执行相关法律法规和规定，同时明确分工、落实责任、加强监督与检查，以确保药品的安全使用和管理。

总之，高危药品是治疗某些疾病的重要组成部分。为了确保高危药品的安全、有效和准确使用，医务人员需要在工作中提高自我素质和医疗技术。要加强高危药品的管理，从而更好地保障患者的健康和生命安全。

药品心得体会篇六

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__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。

__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：

2、市场控制：

通过公司的大力支持，关闭了太和市场，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__x以上。__年全年计划销售7__x盒，力

争10__x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__x/盒，平均销售价格在11□7__x□共货价格在3—3□6__x□相当于19—23扣，部分地区的零售价格在17□1__x/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。

一、市场拓展和网络建设：

1、北京、天津

2、上海

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100__x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。

药品心得体会篇七

我曾经参与过一次药品推广的活动，这段经历给我留下了深刻的印象。通过此次活动，我意识到药品推广是一项充满挑战的工作，并且它与人们健康息息相关。在接下来的文章中，我将分享这次经验给我带来的启示和体会。

第二段：了解药品信息的重要性

在参与药品推广的过程中，我发现了了解药品信息的重要性。只有对药品的成份、作用、适应症和使用方法有全面的了解，推广人员才能具有说服力地向医生和患者介绍药品。在准备推广材料时，我们需要从药品生产商、专业杂志和研究报告等多方面获取准确可靠的信息。只有确保药品的安全有效性，推广活动才能得到医生和患者的认可。

第三段：与医生的交流技巧

药品推广的一个重要环节是与医生的交流。我发现，与医生的沟通需要一定的技巧。首先，我们必须尊重医生的专业知识和经验，不断学习与医学领域相关的知识，以便能够与医生进行深入的讨论。其次，我们需要耐心地倾听医生的意见和疑虑，给予及时和准确的回应。最后，我们要树立诚信和真实可信的形象，才能赢得医生的信任和支持。通过与医生建立良好的合作关系，才能更好地推广药品。

第四段：商业道德的重要性

药品推广涉及商业利益，因此商业道德尤为重要。我认识到，我们不能为了销售药品而利用虚假的信息或者与不法经销商勾结，这种做法不仅会影响患者的利益，也会损害自己和药品企业的声誉。推广药品需要我们遵守行业规范和法律法规，提供真实准确的信息，确保医生和患者能够做出正确的决策。只有在诚信、公平和可持续发展的基础上，药品推广才能真正为人们的健康服务。

第五段：追求医疗进步的责任

由于药品的至关重要性，药品推广人员有着重要的责任。我们需要时刻关注医疗进步，了解新的研究成果和治疗方法，以便推广的药品能够更好地满足患者的需求。同时，我们也需要与研究人员和医生保持良好的沟通，积极参与医学领域的交流和合作。通过不断学习和更新知识，才能更好地推广药品，为人们的健康贡献自己的力量。

结尾：

通过这次药品推广活动的经历，我深刻体会到了药品推广的重要性的挑战。了解药品信息、与医生的交流、遵守商业道德和追求医疗进步都是推广药品的关键。我将始终珍视这次经历，并将其作为我在医疗领域发展的契机，为人们的健康做出更大的贡献。