

最新医药救济工作计划(实用6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。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

医药救济工作计划篇一

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矗。

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。

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，18.00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。

医药救济工作计划篇二

20xx年积极深化医改中医药工作，加强中医药人才培养引进，全面提升医疗机构中医药服务能力，促进中医药事业繁荣健康发展，为十三五良好开局打下坚实基础。

（一）推进中医药参与分级诊疗制度建设。积极推进区中医院与我院建立医疗联合体。推进中医诊疗模式创新试点，探索形成中医综合诊疗模式。

（二）鼓励举办只提供传统中医药服务的中医门诊部。

（一）推进中医药基础设施建设，改善区就诊环境和提高医院服务能力。

（二）加强医院内涵建设。继续实施“进一步改善医疗服务行动计划”，改善就诊环境，提升服务质量，减少医患纠纷的发生。开展中医药特色优势考核监测工作。加强医疗文书管理，开展医疗文书书写专项检查。

（三）加强中药处方质量管理。依据《重庆市中药饮片处方专项点评指南》，督促开展中药处方专项点评工作。规范中药合理使用，严控中药占比，各级医疗机构总药占比控制在50%内（西药药占比另行下达）。

（四）加强中医重点专科建设。

（五）推动中医服务能力提升，完成中医住院病区 and 标准化中药房建设；

（六）全面完成“全国基层中医药工作先进单位”创建工作，年底前完成评估验收。

（一）加强中医药人才培训。完成中医临床骨干培训、西医学习中医培训、中医护理培训、中医标准化培训、中医管理培训、中医全科医师和规范化培训。

（二）加强名老中医药专家传承工作，督导中医“师带徒”工作。

（三）加强区中医药适宜技术推广工作。能够运用6种以上中医药技术方法治疗基层常见病、多发病，乡村医生能够运用4种以上中医适宜技术治疗基层常见病、多发病。

（一）做好重大传染病中医药防治工作，提升应对突发、新发传染病能力。

（二）做好重庆市基本公共卫生服务项目的中医药健康服务工作。

（三）加强中医应急能力和标准化建设，提升中医急救救治能力建设。

（四）积极发展中医健康产业。探索中医参与养老、保健、养生等健康产业新模式。

医药救济工作计划篇三

通过对全院护理人员的中医药知识与技能的分层学习，达到相应的能力要求，确保本院各级护理人员都能运用中医药的知识与技能服务患者。

（一）护理部

- 1、组织安排业务培训，专题讲课等6次 / 年以上。
- 2、强化《中医护理常规技术操作规程》，组织护理操作技能培训。
- 3、有计划分期选派有一定年资的护理人员参加上级医院组织的各类学习班、培训班、中医基础提高班等。
- 4、中医操作培训项目
 - （1）基础操作6项：艾灸法、拔火罐、刮痧法、熏洗法、中药雾化吸入法、中药保留灌肠法。

（2）专科操作技能：各病区根据专业特点，确定专科考核项目。

（二）病区

- 1、月组织1次业务培训，内容包括中医基础知识、中医专科专病知识。
- 2、护理查房每季1次，有护士长 / 责任护士 / 带教老师主查。

（一）护士：取得注册护士执业证书的护士。

1、培训目标：

- （1）进一步巩固基础理论与技能；
- （2）加强中西医专科理论和专科技能培训；
- （3）熟悉并正确应用中医护理常规、技能操作规程；

(4) 逐步掌握危重疾病基本知识和中医技术操作规程。

2、培训内容

(1) 国家卫生、中医药工作基本方针、政策、法律法规等；

(2) 中医基础理论、基本技能；

(3) 中医护理常规、技术操作规程；

(4) 急、危、重、疑难病基本知识和中医护理技能。

3、培训计划

(1) 巩固“三基”知识，扎实基础理论的掌握。

(2) 进行危重技术操作技能的学习；

(3) 鼓励支持年轻护士参加各类知识技能竞赛活动，不断完善自身素质；

4、具体安排与考核

月份

讲课内容

培训形式

主讲人

学时数

(二) 护师：注册护士，已取得护师职称者。

1、培训目标：

(3) 注重专科护理技术能力的培养。

2、培训内容：

(1) 国家卫生、中医药工作基本方针、政策、法律法规等；

(2) 中医基础理论、基本技能；

(3) 中医护理常规、技术操作规程；

(4) 急、危、重、疑难病基本知识和中医护理技能。

3、培训计划：

(1) 护理部有计划安排中医知识、中医专科专病的专题业务讲座。

(2) 选送外出参加各类业务培训、专题交流等，加强中西医专科知识的培养。

(3) 学习危重技术操作技能，提高危重病患者的抢救能力。

(4) 承担院内或科内中西医业务讲课1—2次 / 年，或中西医护理查房1次 / 年。

医药救济工作计划篇四

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企业失去了信心，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。在药品的销售价格地方，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。

总结这一年，可以说是自己的学习阶段，是xx和xx给了我这个机遇，我在企业大家都当我是一个小老弟，给予了我非常大的厚爱，在这里道一声谢谢。

自从做业务以来承担责任xx和xxx地区，可以说xx和xx把这两个非常好的销售区域给了我，对我有非常大的期望，可是对于我来说却是一个非常大的考验。在这过程中我学会了不少不少。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，首先没能给企业创造很大的利润，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，没能及时掌握市场资讯。这些都是我要在20xx年的工作中首先要改进的。

20xx年，新的开端□xxx既然把xxx□xxx□xxx□xxx□xxx五个大的销售区域交到我的手上也可以看出xxx和xxx下了很大的决心，因为这些地区都是我们的根据地。为我们企业的成长打下了坚实的基础。

- 1、对于老客户，和固定客户，要频繁保持联系，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资讯，包括货站的基本资讯。
- 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。

1□xxx

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

2□xxx

__x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部份的做药个人，这些小客户其实能给我们创造非常大的利润。我应该频繁的在当地的货站，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□xxx

xxx地区距离沈阳较进，货物的价格相对来说较低，只有频繁的和老客户沟通，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xxx□还有就是xxx地方。还有就是当地的商业企业一定要看紧，看牢。

4□xxx

xxx地区，一直不是很了解，但是从侧面了解到__x地区是最难做的一个地区，但是这也是一个足够大的挑战。商业是不少，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□xxx

属于xxx区域，此区域有一些品种要及其的注意，因为是属于xxx的品种，但是我会尽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，下面是我本年对自己的规定：

- 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，得到企业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规定上，决不能在低三下气。要为企业树立良好的形企业形象。
- 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能力，才能更好的完成任务。
- 6、要对企业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开展交流，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法办法。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，一同努力克服，为自己开创一片新的天空，为企业做出自己的贡献。

医药救济工作计划篇五

时光荏苒□20xx年很快就要过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千□20xx年对于公司来说是一个业务量相对较少的年份，但对于公司的质量管理来说□20xx年是一个艰难的年份，公司自开业以来一直是我承担药品质量管理工作及仓库药品养护等相关工作。为了公司利益着想，在人员少，任务大的艰难时期，我坚持不懈的努力着，使公司规范化、系统化步入正轨，为各部门提供咨询服务，与各部门的积极配合取得显著成效，使公司加快正规化的发展步伐。

在公司领导的关怀和指导下，在同事们的大力支持下，质量管理部顺利完成了本年度各项工作。现将一年以来的工作情况向公司领导做一个总结报告，请领导批评指正。

详细工作内容如下：

- 1、在各部门的积极配合及共同协作下，在仓库的区域管理、商品分类、货位管理、标签标识出入库严格执行签字制度等方面做到了责任到人，统一管理的大好形势，为今后工作打下良好基础。
- 2、每月月底中、西药进行盘点的同时，对新进中药饮片也做了详细的规章制度，对近效期药品、滞销药品做详细归纳总结，与业务部门及时沟通，做好相应的催销工作以及近效期药品的重点养护。
- 3、参加食品药品监督管理局举办的“新版gsp培训班”的现场培训以及“药械监管会议”的开展，认真学习、贯彻实施

新版药品gsp政策要求，对gsp新增条款加以重视，向各部门进行强调、讲解。对医疗器械的流通环节严格把关，按照医疗器械监督管理条例开展业务。

4、协助监管部门完成本年度自查把关工作，协同业务部门处理药监部门查处的有关不合格药品自查自纠工作、实时温湿度监控记录、电子监管码上传等工作，使药品质量问题降到最低。

5、今年新增中药饮片厂家4个，品种近千种，中、西药品300多种，无不符合规定商品，拒绝采购部对不合格品购进，杜绝隐患。

6、公司共开辟新的上游客户共100多家，其中包括药品生产企业50多家；药品经营企业50家；下游新开客户400多家，其中包括药品经营公司、医疗机构、零售药店及连锁药店。

1。通过各部门领导的讨论决定：所有往来客户统一复核整理归档，采销药品重新筛选，做到系统统一管理，实施质量管理计算机系统化控制管理，电子版档案备份，纸质版存档备查认真贯彻新版gsp管理规范。

2。对库存药品年度盘点整理以后再进行详细分类，统一整理，对仓库储存条件做详细检测保证药品安全。

3。根据新版gsp管理规范的要求，冷链管理，实时温控。

医药救济工作计划篇六

xx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。

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。

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。