

医药批发企业销售方案策划 医药公司整件工作计划(优秀5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

医药批发企业销售方案策划 医药公司整件工作计划 篇一

当前，我国的医药市场正处于改革发展的关键时期，国内医药商业企业将面临着外国医药商业大公司的挑战。在危机与机会共存的今天，迫切需要寻找一种既适合国内医药市场特点又具有先进的管理理念的新的医药商业企业运作模式。

我国医药商业运作模式分析

计划经济的分级批发模式

计划经济时期药品流通基本上属于国有专营，全国医药商品产销计划需要衔接、平衡。药品按照国家计划生产，统购统销，价格上实行统一控制，分级管理。由中国医药公司统一规划，一、二、三级批发层层下达指标，层层调拨。进口药品统一掌握，由一级进口后，层层分配。

这种模式把药品作为一种特殊的商品专营，虽然规范了医药市场，为我国药品流通的有序发展打下了基础，但这种模式的时代局限性和发展弊端是：一级站都设在东部地区，对西部地区的辐射力度不够。西部地区缺医少药，人民的健康难以得到保障。这种4级批发模式造成了药品流通效率低下，流通速度慢成本高，导致药品价格增高。所有药品全由国家专营，导致医药流通行业内缺乏竞争，不利于医药流通业的发展。

展。这一医药流通模式现在基本上不复存在，但其对国有医药商业企业的影响深远。

改革开放以来的多渠道模式

我国的医药流通领域的市场化改革，打破了医药流通业的国家专营的局面。引入了集体、民营等所有权医药商业企业，加速了医药流通领域的竞争。

目前存在的渠道主要有：药品生产企业药品零售企业消费者；药品生产企业药品批发企业医院药房临床医师患者（消费者）；药品生产企业药品零售连锁企业药品连锁企业门店消费者；药品生产企业医院药房临床医师患者（消费者）等。

这种多渠道模式存在的问题是：药厂生产的产品到最终的消费，往往有6至7个流通环节，结果造成无序竞争、过度竞争现象严重。从商流的角度看，药品出厂后大多需经过批发企业、零售（连锁）企业或医院药房等多个环节才能到达消费者，多次商品所有权的转移势必要影响到药品的流通速度，同时也增加了药品的流通费用，造成药品价格过高。从物流角度分析，这就是导致我国医药商业流通质量低下、流通费用过高的根本原因。

现代医药物流运作模式

药品采购：公司设有独立的市场采购部，该部门将药品的采购按药品的剂型划分。根据药品生产企业主要产品的剂型划归不同的采购员负责。在采购过程中要求所有厂家的相关资质和药品的相关资质材料齐全。采购员要对所采购的药品有充分的了解，确保药品质量。

医药批发企业销售方案策划 医药公司整件工作计划

篇二

古代孙武曾说：“用兵之道，以计为首。”其实，无论是单位还是个人，无论办什么事情，事先都应有个打算和安排。有了计划，工作就有了明确的目标和具体的步骤，就可以协调大家的行动，增强工作的主动性，减少盲目性，使工作有条不紊地进行。以下是20xx医药公司工作计划，欢迎阅读。

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。

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、还有一些个人，地区现有的客户中除几家商业外。个人做药中，各地区都没有开发出大量的`做药个人，这些小客户其实能给我发明相当大的利润。应该经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。

1、市场的划分[]20xx年我的销售市场依旧是锦州市市场。

2、养殖量分析：锦州地区的市场家禽的养殖量分布相对均匀，蛋鸡和肉鸡的分布也相对平衡，锦州市的市场主要是蛋鸡市场，围绕着锦州城区周围的乡镇有着相当大的养殖量。养殖形式一般为庭院养殖，但是养殖范围相对集中。而其他的几个地区的肉鸡相对分布比较广泛，随着这几个地区肉鸡养殖量的不断加大，龙头模式已在该地区已经基本完善。

3、客户开发：由于我们公司的药品品种相对齐全，所以对于客户的局限性相对较小，所以无论是蛋鸡药品经销商还是肉鸡龙头，均有良好的放药优势。在客户开发这方面，我在充分了解市场的基础上，不断和经销商沟通，并找到在当地有影响力的经销商作为公司产品的主要经销处，以利于公司产品增强其在当地的影响力。

4、疾病流行情况：在蛋鸡相对集中的锦州市周边，疾病流行情况较为有规律，例如，春季依旧是呼吸道的高发季节，利于我们呼吸道产品的销售。在肉鸡分布相对较多的其他地区则不必考虑季节流行性疾病的规律。由于11年秋冬季的疾病流行很严重，造成养殖量迅速减少，故相对的可能会对今年的销量有一定的影响。

5、市场行情走势：去年的养鸡业的行情一直很好，一直保持稳中有升的势头，让低迷了很久的养殖业终于看见了复苏的良好前景。但是随着疾病的发生又导致的蛋鸡和肉鸡市场的行情有所下滑，给养殖业以重撞，而且大大打击了养殖户的信心。但是这样也有利好的一面，随着养殖量的下降，势必造成供求关系的变动，从而导致行情的上扬。

通过对市场的考察和对养殖户的走访，对于去年鸡群发病淘汰的养殖户和闲置了一定时间的养殖户，都表示今年会继续引进鸡雏，这样一来就会保证锦州等地区的存栏量。从而很好的保护了市场。

6. 销售目标：尽管市场在各种优势和劣势的共同作用下会出现不同的变化，但是总体的趋势还是良好的。所以，对于销售业绩方面也不必过于担心，在今年，我将有信心将自己的业绩超量完成并有所突破。向更大的业绩进发。

在已经到来的20年，我将会怀着更饱满的热情，不断提升自己，为公司创造价值，提升自己的业绩。最后，祝公司在新的一年里再谱新篇。造就更辉煌的明天。

鱼腥草、板蓝根、黄芪、党参、黄柏、地榆、茯苓、金银藤。

918g/100只鸡。

1000只鸡

鱼腥草清热解毒清热明目60

黄柏泻火解毒90 0.5

板蓝根清热解毒100

茯苓利水渗湿渗湿利水100

党参补中益气60 0.5—1.5

黄芪补气升阳100 1---2

甘草30 0.6---3

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。

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。

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

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

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公司失去了信心，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。在药品的销售价格方面，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xxx和xxx给了我

这个机会，我在单位大家都当我是一个小老弟，给予了我相当大的厚爱，在这里道一声谢谢。

自从做业务以来负责xxx和xxx地区，可以说xxx和xxx把这两个非常好的销售区域给了我，对我有相当大的期望，可是对于我来说却是一个相当大的考验。在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，首先没能给公司创造很大的利润，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，没能及时掌握市场信息。这些都是我要在xx年的工作中首先要改进的。

xx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。为我们公司的发展打下了坚实的基础。

- 1、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。
- 2、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息，包括货站的基本信息。
- 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□ xxxx

xxx地区商业公司较多，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xxx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□xxxx

xxx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量的做药个人，这些小客户其实能给我们创造相当大的利润。我应该经常的在当地的货站，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□xxxx

xxx地区距离沈阳较进，货物的价格相对来说较低，只有经常的和老客户沟通，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xxxx方面。还有就是当地的商业公司一定要看紧，看牢。

4□xxx

xxxx地区，一直不是很了解，但是从侧面了解到xxx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。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，但是我会尽最大的能力去开发新的客户资源，虽然这个地区不好跑，但是我也一定要拿下。没有翻不过

去的墙，走不过去的坎。

结合以上的想法，下面是我今年对自己的要求

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，得到单位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要求上，决不能在低三下气。要为公司树立良好的企业形象。

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实力，才能更好的完成任务。

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，这样才能更好的完成全年任务。

7、与其他地区业务和内勤进行交流，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式方法。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xxxx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。

医药批发企业销售方案策划 医药公司整件工作计划

篇三

【篇一】

二、在维护老客户的同时要不断从开发新客户(尽一切努力找到统方)。

三、不断学习丰富自己，加强业务能力。

四、今年对自己有以下要求：

1、每周要拜访6个以上的客户，科主任每周两次。

2、一周一小结，每月一大结，一季度再一大结，一年一总结，一年一计划。找出工作中的失误和不足，及时纠正并记录避免下次再犯。

4、严于律己，学习亮剑精神，不断加强业务方面的学习，多看书及相关产品知识，上网多查阅相关资料，与同行们交流向他们学习更好的方式方法。

5、加强对客户的服务意识，为公司树立良好的形象。

以上是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会多向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，为公司作出自己的贡献。

【篇二】

医药代表工作职责

一、目标管理

1、根据历史数据及医院目前状况，与主管探讨目标客户销售

增长机会

(1) 医院产品覆盖率及新客户开发

(2) 目标科室选择及发展

(3) 处方医生选择及发展

(4) 开发新的用药点

(5) 学术推广活动带来的效应

(6) 竞争对手情况

(7) 政策和活动情况

2、根据所辖区域不同级别的医院建立增长预测

3、与主管讨论

(1) 了解公司销售和市场策略，本地区销售策略

(2) 确定指标

4、分解目标量至每家医院直至每一个目标科室和主要目标医生

二、行程管理

1、制定月/周拜访行程计划

(1) 根据医院级别的拜访频率为基本标准

(2) 按本月工作重点和重点客户拜访需求分配月/周拜访时间

(3) 将大型学术会议、科内会纳入计划

2、按计划实施

三、日常拜访

2、访前准备

(2) 制定明确的可实现可衡量的拜访目的

(3) 根据目的准备拜访资料及日常拜访工具(名片、记事本等)

(4) 重要客户拜访前预约

3、拜访目标医院和目标医生

(2) 熟练使用产品知识及相关医学背景知识，熟练使用销售技巧

(3) 了解医生对产品的疑义，及时正确解除疑义

(4) 了解竞争产品信息

a□了解产品库存和进货情况

b□了解医院政策管理动向

c□了解竞争产品信息

d□与以上所有提及人员保持良好客情关系

4、拜访分析及总结

(1) 整理及填写拜访记录

(2) 拜访目标、销量达成情况分析

(3) 制定改进方案(smart)和根据工作计划

四、客户管理

1、目标医院

(3) 与目标科室主任建立良好关系，确保业务活动受到他们的支持

(4) 确保社保产品在医院社保范围内正常使用

2、目标医生

(3) 根据计划拓展医院、科室和目标

五、市场及推广活动

2、举行科内会

(1) 按科室、产品制定科内会覆盖计划

(2) 按计划举行科内会，熟练运用讲课技巧和学术知识达到产品宣传目的

(3) 每月回顾科内会执行效果

3、执行大型学术会议

(1) 按科室、产品制定学术活动覆盖计划

(2) 按照覆盖计划邀请客户

(3) 会前准备、计划、分工

(4) 按照分工担任相应会议组织职责

(5) 保证被邀请客户到会率90%以上

(6) 会后总结、评估会议效果，提出改进建议和计划

(7) 按大型会议主题，与目标医生进行会前预热和会后的相关科会

六、更新专业知识，练习小型学术会议演讲技巧

2、练习演讲技巧，独立组织小型学术会议

4、认真学习理解公司提供的qa资料，及时与目标医生沟通

5、将目标医生的问题及时反馈给公司，并追踪答复

七、档案管理

1、掌握医院基本信息，建立医院档案，并定时更新(每月)

2、建立目标医生档案系统

3、及时(每月)掌握和反馈目标医院产品销售及库存情况

4、建立科室销量跟踪系统

5、建立科会和学术推广活动覆盖目标医生的计划和统计档案

6、及时反馈竞争对手的基本销售状况(如促销手段、临床宣传方法、销量等)

八、销售会议

(1) 销售数据回顾

(2) 业务活动总结回顾

(3) 竞争产品信息

(4) 阶段销售计划

(5) 经验分享

【篇三】

作为医药销售代表，我的工作计划如下：

每日必做：

1. 细化一次当天的工作

5. 整理一次所需的资料礼品等

6. 确定一次拜访医生的路线，准确掌握拜访科室医生每日排班表

9. 同坐医生沟通交流了解一次用药的情况，对不了解我们产品的医生，在闲暇时耐心专业的介绍产品成份，用途，功效，以及用量比较好的医生对此产品好的评价。

遇到同类的产品介绍其不同点，更好体现出本产品优势

14. 请一个医生吃饭或喝茶聊天

15. 了解一个医生的性格爱好及家人情况

16. 了解一个医生的社会关系

19. 夜访一次值班医生以增进感情

20. 熟记一个医生或名字

21. 认真填写一次工作日志

23. 遇到节假日或天气变化以短信形式或电话问候。

24经常看看报纸或新闻杂志，能广泛的与兴趣爱好不同的医生更好的交流。

拜访一位目标医生看能否约好外出活动一次

8. 汇报一次工作并提出需要解决的问题。

27. 休息前，找出当天工作中的不足，计划一下明天的工作，以利于改进。

每周必做：

1. 参加一次科室学习推广会。

2. 做一次重点医生的家访。

3. 请一个目标医生户外活动一次。

4. 交一个医生或做朋友。

5. 收集一次疗效显著的病例。

6. 根据可客户的爱好、学习一门知识。

7. 与一名优秀同事做一次请教沟通。

8. 与经理或主管谈心一次。

9. 与一名新同事沟通交流一次。

10. 浏览一次公司的网页，了解公司的最新动态。
11. 总结一次本周工作中的不足。
12. 协助主管开一次科会。
13. 参加一次找差距式的周例会。
14. 查找一次本周不足，制定纠错措施。
15. 参加一次案例轮讲轮训课。
16. 核销一次本周的费用。
17. 认真制定下周工作计划及维护计划。
18. 给医生或发一次祝福周末愉快的短信。
19. 积极主动清理一次集体和个人卫生。

每月必做：

1. 统计一次当月的销量。
2. 兑一次费(不带金销售的不在次列)
3. 排一次当月医生的用量，并重点维护。
4. 把同类品种做一次比较，找出差距。
5. 系统分析一次客户资料及竞争对手。
6. 制定一次针对性对策。
7. 开发一位目标医生。

8. 交一位医生做朋友。
9. 参加一次市场部每月例会。
10. 根据业务排名找一次不足。
11. 请教一次排名上升业务员的工作经验。
12. 参加或讲一次业务培训课，并做好记录。
13. 申请一次下月的维护费。
14. 细化一次经理下达考核目标任务。
15. 参加一次市场部娱乐活动，放松自己。
16. 交一位医药销售方面人士做朋友。
17. 认真做一次下月的工作计划。

每季度必做：

1. 总结一次本季度的工作，找出不足。
2. 汇总一次医院的季度销量。
3. 评述一次本季度中的每月销量。
4. 收集一次专家的学术论文并上报公司。
5. 和主管、内勤分析研究一次业务工作计划。
6. 参加市场部全体员工聚餐联欢一次。

8. 汇总一次的档案，上报省区。
 9. 认真做一次下季度工作计划。
 10. 细化一次下季度工作、销售目标。
 11. 确立一次目标医生的销售排行，并重点维护。
 12. 调整心态，善用阳光思维，永不言败。每半年必做：
 1. 汇总一次半年销量与计划任务做比较。
 2. 参加一次半年工作总结会。
 3. 参加一次批评与自我批评活动。
 4. 参加一次下级评价上级的活动。
 5. 申请一次重点主任到公司参观旅游。
 6. 参加一次业务技能比赛。
 7. 参加一次半年工作考核。
 8. 修正一次客户档案及资料并上报。
 9. 参加一次市场部集体旅游活动。
 10. 细化一次经理制定下半年工作计划□
 11. 对公司的制度、文化等提一次意见和建议。
 12. 回家探亲一次。
- 每年必做：

1. 做一次全年自我工作总结并上报。
2. 制定下一年度工作计划□
3. 收集医生有价值的临床资料并上报。
4. 请教其他市场部同事的工作经验，取长补短。
5. 找出自己工作中的不足，并改进。
6. 慰问一次vip□
7. 参加一次业务培训。
8. 参加一次全国销售会议。
9. 参加一次年终总结会。
10. 参加一次公司举行的文艺活动。
11. 参加一次内部的评比活动。
12. 回家探亲，并给予亲朋好友新年的问候。

医药批发企业销售方案策划 医药公司整件工作计划 篇四

经常制订工作计划，可以使人的生活、工作和学习比较有规律性，养成良好的习惯，习惯了制订工作计划，让人变得不拖拉、不懒惰、不推诿、不依赖，养成一种做事成功必须具备的习惯。可以让你脱颖而出。下面是小编给大家整理的医

药公司工作计划，欢迎大家查阅，希望大家喜欢！

20__年已经逐渐远去了，总结一下这一年的药品销售情况，能更好的为明年的工作做好准备。

一、加强学习，不断提高思想业务素质。

“学海无涯，学无止境”，只有不断充电，才能维持业务发展。所以，一直以来我都积极学习。一年来公司组织了有关电脑的培训和医药知识理论及各类学习讲座，我都认真参加。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，也催促着我不断学习。通过这些学习活动，不断充实了自己、丰富了自己的知识和见识、为自己更好的工作实践作好了预备。

二、求实创新，认真开展药品招商工作。

招商工作是招商部的首要任务工作。20__年的招商工作虽无突飞猛进的发展，但我们还是在现实中谋得小小的创新。我们公司的代理商比较零散，大部分是做终端销售的客户，这样治理起来也很麻烦，价格也会很乱，影响到业务经理的销售，因此我们就将部分散户转给当地的业务经理来治理，相应的减少了很多浪费和不足；选择部分产品让业务经理在当地进行招商，业务经理对代理商的情况很了解，既可以招到满足的代理商，又可以更广泛的扩展招商工作，提高公司的总体销量。

三、任劳任怨，完成公司交给的工作。

本年度招商工作虽没有较大的起伏，但是其中之工作也是很为烦琐，其中包括了客户资料的邮寄，客户售前售后的电话回访，代理商的调研，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，都需要工作人员认真的完成。对于公司交待下来的每一项任务，我都以我

的热情把它完成好，基本上能够做到“任劳任怨、优质高效”。

四、加强反思，及时总结工作得失。

1、对于药品招商工作的学习还不够深入，在招商的实践中思考得还不够多，不能及时将一些药品招商想法和问题记录下来，进行反思。

2、药品招商工作方面本年加大了招商工作学习的力度，认真研读了一些有关药品招商方面的理论书籍，但在工作实践中的应用还不到位，研究做得不够细和实，没达到自己心中的目标。

3、招商工作中没有自己的理念，今后还要努力找出一些药品招商的路子，为开创公司药品招商的新天地做出微薄之力。

4、工作观念陈旧，没有先进的工作思想，对工作的积极性不高，达不到百分百的投入，融入不到紧张无松弛的工作中。“转变观念”做的很不到位，工作拘泥习惯，平日的不良的工作习惯、作风难以改掉。在21世纪的今天，作为公司新的补充力量，“转变观念”对于我们来说也是重中之首。

总结20__年，总体工作有所提高，其他的有些工作也有待于精益求精，以后工作应更加兢兢业业，完满的完成公司交给的任务。

一、目前的医药市场情况

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。

二、__年工作计划

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，__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。

三、下面是对下一年工作的想法

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相结合。

四、各地区的综合情况

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. 还有一些个人，地区现有的客户中除几家商业外。个人做药中，各地区都没有开发出大量的做药个人，这些小客户其实能给我发明相当大的利润。应该经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。

- 1、 市场的划分：20__年我的销售市场依旧是锦州市市场。
- 2、 养殖量分析：锦州地区的市场家禽的养殖量分布相对均匀，蛋鸡和肉鸡的分布也相对平衡，锦州的市场主要是蛋鸡

市场，围绕着锦州城区周围的乡镇有着相当大的养殖量。养殖形式一般为庭院养殖，但是养殖范围相对集中。而其他的几个地区的肉鸡相对分布比较广泛，随着这几个地区肉鸡养殖量的不断加大，龙头模式已在该地区已经基本完善。

3、 客户开发：由于我们公司的药品品种相对齐全，所以对于客户的局限性相对较小，所以无论是蛋鸡药品经销商还是肉鸡龙头，均有良好的放药优势。在客户开发这方面，我在充分了解市场的基础上，不断和经销商沟通，并找到在当地有影响力的经销商作为公司产品的主要经销处，以利于公司产品增强其在当地的影响力。

4、 疾病流行情况：在蛋鸡相对集中的锦州市周边，疾病流行情况较为有规律，例如，春季依旧是呼吸道的高发季节，利于我们呼吸道产品的销售。在肉鸡分布相对较多的其他地区则不必考虑季节流行性疾病的规律。由于11年秋冬季的疾病流行很严重，造成养殖量迅速减少，故相对的可能会对今年的销量有一定的影响。

5、 市场行情走势：去年的养鸡业的行情一直很好，一直保持稳中有升的势头，让低迷了很久的养殖业终于看见了复苏的良好前景。但是随着疾病的发生又导致的蛋鸡和肉鸡市场的行情有所下滑，给养殖业以重撞，而且大大打击了养殖户的信心。但是这样也有利好的一面，随着养殖量的下降，势必造成供求关系的变动，从而导致行情的上扬。

通过对市场的考察和对养殖户的走访，对于去年鸡群发病淘汰的养殖户和闲置了一定时间的养殖户，都表示今年会继续引进鸡雏，这样一来就会保证锦州等地区的存栏量。从而很好的保护了市场。

6. 销售目标： 尽管市场在各种优势和劣势的共同作用下会出现不同的变化，但是总体的趋势还是良好的。所以，对于销售业绩方面也不必过于担心，在今年，我将有信心将自己

的业绩超量完成并有所突破。向更大的业绩进发。

在已经到来的20年，我将会怀着更饱满的热情，不断提升自己，为公司创造价值，提升自己的业绩。最后，祝公司在新的一年里再谱新篇。造就更辉煌的明天。

鱼腥草、板蓝根、黄芪、党参、黄柏、地榆、茯苓、金银藤。

918g/100只鸡。

1000只鸡

鱼腥草 清热解毒 清热明目 60

黄柏 泻火解毒 90 0.5

板蓝根 清热解毒 100

茯苓 利水渗湿 渗湿利水 100

党参 补中益气 60 0.5—1.5

黄芪 补气升阳 100 1---2

甘草 30 0.6---3

20__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。

一、目前医药市场分析

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。

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、目前的医药市场情况

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

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

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公司失去了信心，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。在药品的销售价格方面，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。

二、__年工作计划

总结这一年，可以说是自己的学习阶段，是和给了我这个机会，我在单位大家都当我是一个小老弟，给予了我相当大的厚爱，在这里道一声谢谢。

自从做业务以来负责和_地区，可以说和把这两个非常好的销售区域给了我，对我有相当大的期望，可是对于我来说却是一个相当大的考验。在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，首先没能给公司创造很大的利润，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，没能及时掌握市场信息。这些都是我要在__年的工作中首先要改进的。

__年，新的开端，既然把、五个大的销售区域交到我的手上也可以看出和下了很大的决心，因为这些地区都是我们的根据地。为我们公司的发展打下了坚实的基础。

三、下面是我对下一年工作的想法

- 1、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。
- 2、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息，包括货站的基本信息。
- 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。

四、各地区的综合情况

1□

_地区商业公司较多，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□

_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量的做药个人，这些小客户其实能给我们创造相当大的利润。我应该经常的在当地的货站，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□

_地区距离沈阳较进，货物的价格相对来说较低，只有经常的和老客户沟通，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，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□

_地区，一直不是很了解，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。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□

属于_区域，此区域有一些品种要及其的注意，因为是属于品种，但是我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，下面是我今年对自己的要求

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，得到单位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要求上，决不能在低三下气。要为公司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实力，才能更好的完成任务。

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，这样才能更好的完成全年任务。

7、与其他地区业务和内勤进行交流，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式方法。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，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。

医药批发企业销售方案策划 医药公司整件工作计划 篇五

您所阅读的此篇文章共有3400文字，由奚明玉精心改正，发布于片给我的分享文档！市场[market]是各方参与交换的多种系统，机构，程序，法律强化和基础设施之一。尽管各方可以通过易货交换货物和服务，但大多数市场依赖卖方提供货物或服务（包括劳力）来换取买方的钱。可以说，市场是商品和服务价格建立的过程。市场促进贸易并促成社会中的资源分配。市场允许任何可交易项目进行评估和定价。市场或多或少自发地出现，或者可以通过人际互动刻意地构建，以便交换服务和商品的权利（比如所有权）。市场通常取代礼品经济，通常通过规则和习俗（如摊位费，竞争性定价，出售货物来源（当地农产品或股票登记）和军事或警察威胁，如果这些规则被破坏。医药公司工作计划三篇假若你对这类文章感觉哪里不好，请告诉我们！

1、市场的划分[20xx年我的销售市场依旧是锦州市场。

2、养殖量分析：锦州地区的市场家禽的养殖量分布相对均匀，蛋鸡和肉鸡的分布也相对平衡，锦州的市場主要是蛋鸡市场，围绕着锦州城区周围的乡镇有着相当大的养殖量。养殖形式一般为庭院养殖，但是养殖范围相对集中。而其他的几个地区的肉鸡相对分布比较广泛，随着这几个地区肉鸡养殖量的不断加大，龙头模式已在该地区已经基本完善。

3、客户开发：由于我们公司的药品品种相对齐全，所以对于客户的局限性相对较小，所以无论是蛋鸡药品经销商还是肉鸡龙头，均有良好的放药优势。在客户开发这方面，我在充分了解市场的基础上，不断和经销商沟通，并找到在当地有影响力的经销商作为公司产品的主要经销处，以利于公司产品增强其在当地的影响力。

4、疾病流行情况：在蛋鸡相对集中的锦州市周边，疾病流行情况较为有规律，例如，春季依旧是呼吸道的高发季节，利于我们呼吸道产品的销售。在肉鸡分布相对较多的其他地区则不必考虑季节流行性疾病的规律。由于11年秋冬季的疾病流行很严重，造成养殖量迅速减少，故相对的可能会对今年的销量有一定的影响。

5、市场行情走势：去年的养鸡业的行情一直很好，一直保持稳中有升的势头，让低迷了很久的养殖业终于看见了复苏的良好前景。但是随着疾病的发生又导致的蛋鸡和肉鸡市场的行情有所下滑，给养殖业以重撞，而且大大打击了养殖户的信心。但是这样也有利好的一面，随着养殖量的下降，势必造成供求关系的变动，从而导致行情的上扬。

通过对市场的考察和对养殖户的走访，对于去年鸡群发病淘汰的养殖户和闲置了一定时间的养殖户，都表示今年会继续引进鸡雏，这样一来就会保证锦州等地区的存栏量。从而很好的保护了市场。

6、销售目标：尽管市场在各种优势和劣势的共同作用下会出现不同的变化，但是总体的趋势还是良好的。所以，对于销售业绩方面也不必过于担心，在今年，我将有信心将自己的业绩超量完成并有所突破。向更大的业绩进发。

在已经到来的20年，我将会怀着更饱满的热情，不断提升自己，为公司创造价值，提升自己的业绩。最后，祝公司在新的这一年里再谱新篇。造就更辉煌的明天。