

2023年药房每周工作计划 药店每周工作计划(通用10篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。我们该怎么拟定计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

药房每周工作计划篇一

一、医院药品会计工作的职能

1、监督采购

减少药品积压医院采购药品品种多，采购量的金额及药品收入占医院的一大部分。面对如此大的一笔流动资产，如果仅停留在账目清楚、账实相符已远远不够，除此之外还要求低库存、低损耗、高周转率等。这就要求药品会计职能向管理型过渡，由事后监督转向事中监督、事前预测，使医院的存货得到完善的管理，杜绝贪污盗窃行为，使医院的采购资金财尽其用。如果由药品会计作采购计划能增强采购的及时性，而且能最大限度降低库存。在制定采购计划时应坚持“以销定购、定额管理、加速周转、保证供应”的原则，根据医院交通和地理位置的因素，每周可以制定一次零星药品急需药品的小计划，每季度制定一次常规用药的大计划，药品会计发现脱销和滞销品种向药剂科反馈，便于根据实际需求及时调整采购计划和促销方向。从而让药品的收入，库存和周转对比。除此之外药品会计通过审核采购合同，还有利于杜绝虚高定价维护患者的利益和医院的声誉，有利于减少库存失效造成的损失。

2、 监督药房药库，维护医院财产

随着电算化的实行，实现了药品的品种、数量、金额管理，药

品进、销、存的查询方便快捷,有效制止贪污盗窃和兑换药品的现象。但作为会计人员不能因电算化带来的方便而放松管理。特别是固定性的每季度和每半年度盘点容易成为经过准备的盘点,不足以反映药房药库的真实情况。不定期,不定品种的滚动式盘点是必不可少的,同时又是一种既省时又具实效性的盘点,便于及时发现问题,能够最大限度的降低白条抵库贪污盗窃现象。这需要药品会计尽职尽责狠抓监督才能作到账实相符。

3、 培养业务素质

延长轮岗周期药品会计要具有良好的分析能力和观察力以及爱岗敬业精神,善于总结经验向管理者提出合理化建议。药品会计素质的高低,关系到药品管理质量高低。除了基本技能训练,应加强财务管理技能的培养,加强同外界的交流取长补短。药品会计工作涉及财会、药品,管理等知识,熟悉工作的时间相对而言比财务科其他岗位长,而药品会计的工作技能与工作经验是密不可分的,所以应适当延长药品会计轮岗周期。

二、现阶段医院药品会计工作存在的问题

1、 医院药品流通存在的问题

各个科室都有一个自己的“小药库”。各个科室经常把一些特殊原因出现的结余的药品设立成一个“小药库”,至使药品的流通出现阻碍。虽然不断下发药品管理规定,但都无法改变这种现象。

2、 药品收入方面存在的问题

由于医院收费处收费员编制报表的时间与药房的统计时间存在差异造成收入存在不确定性。同一家医院有两家电脑公司,住院的电脑程序与门诊的电脑程序不同一家公司开发,电脑的管理员也不一样,造成住院是住院,门诊是门诊毫不相关的脱

节局面,收入确认也变得复杂起来。

3、药品盘点存在的问题

医院对药品盘点的时间不统一。由于药房盘点时财务人员都要参与监盘,人员不够导致盘点时间无法一致。由于药库的电脑程序还是九十年代开发的,非常的落后,药品的统计还是用手工计算,在一定程度上浪费了大量的人力和物力。

4、药品价格存在问题

药房每周工作计划篇二

为全面提高****在我大队的**指导作用,**有效的保障**的合法**,增强广大**参政议政的能力,充分调动广大**的工作积极性,特制定此计划:

以*的“十六届六***”精神为指针,充分发挥****的职能作用,切实维护广大**的根本利益,调动**的工作积极性,推动交管工作的全面开展。

加强**工作的****,成立由***、教导员xx任组长,其他**委员为小组成员,下设办公室,办公室****委员xx担任。

1、**维护**合法权益,积极参与协调劳动关系和调解劳动争议。

2、协助大队****学习化、技术,开展岗位练兵、技术竞赛等活动。

、**开展以“双爱双评”(**爱队,队爱**,评爱**的优秀大队**,评爱队的优秀**)活动为内容的建设警员之家活动。

4、利用各种形式学习宣传《**法》和《***程》,增强**的

自我*意识，为社会发展和经济建设贡献力量。

5、**召开大队全体**。

6、加强**自身建设、健全**、发展会员、培养和建设**积极分子队伍，按照《**法》的规定及时足额**经费，并按规定，管好用好**经费，保证**财产不流失或损坏。

7、配合大队做好各项行政工作。

1、为保障警员的合法**，增强广大警员参政议政能力，年内至少召开一次警员*，以保证交警大队置于警员**和**的**之下开展工作。

2、每月**一次**学习化、技术、法律知识，开展岗位练兵、技术竞赛等活动。

3、每半年公布一次会员交纳会费和提取的经费使用情况，并做到足额提取，按时上解。

药房每周工作计划篇三

在院**的关心**下，在大家的共同努力下[]20xx年西药房顺利完成各项工作任务，业务收入677万元，比20xx增长近100万元。其中门诊费用190余万元，处方64708张，日均177张，医嘱出库487万元，记账出库*万元，同时调拨入库676万元。成绩仅**过去，工作中仍有诸多不足，在20xx新一年的工作中，我们决心扬长避短，做到以下几点：

一、积极参加医院**的业务学习，结合本科专业特点，抓好专业学习，努力提高业务素质，提升业务水*。

二、进药做到有计划，有安排，坚持每日一进，专人负责，保障临床用药供应。

三、加强工作责任心，做到药品分类定位存放，发药时做到“四查十对”，杜绝差错事故的发生。

四、借一甲评审东风，完善执行药事管理**，加强毒、麻、精及拆零药品管理，做到工作常态化。

五、做好药品效期管理，坚持先进先出原则，每月上报近效期药品目录，及时与临床科室沟通，努力减少过期现象发生，减少医院流动资产损失。

象，所以我们必须时刻注意个人形象，廉洁自律，注意工作作风、服务态度，提升服务水*，争取做到病人满意、**满意及自己满意。

七、提高安全管理意识，药房是医院流动资产集散地，我们要时刻做好科室安全隐患排查，做好防火、防盗、防电，确保安全无事故。

八、最后，向**申请增设住院药房。基于目前我院发展现状，西药房在使用面积和结构合理性上显得不协调、不配套，在上午十一点显现门诊取药、新入院病人取药、出院带药与长期医嘱取药瞬间集中现象，做不到分时合理服务，提升不了服务质量，请**决策。

总之，相较于临床纷繁复杂的诊疗工作，我们药房工作显得单一，但我曾经听过这样一句话：“所谓成功，就是简单的事情重复做，重复的事情用心做！”在此，请**和同事们相信，对于西药房这样既单一、重复又琐碎、繁重的工作，我们一定会坚持、努力、用心做好！谢谢大家！

药房每周工作计划篇四

客观因素 主要是医院药房大多都在一楼，湿度较大不利于药品贮藏，对于基层中医院来说，拆零散发的药品较多，特别

是中成药，药品未到有效期，也会出现潮解、变色、裂片等变质现象。

人为因素 主要是药师的综合素质问题，如专业知识不够、业务水平不精、责任心不强、良好工作习惯未能养成，易犯习惯性错误。

制度因素 主要是由于药房库存上下限没有明确规定，领药计划没有固定人员管理，往往会引起计划不周详，造成药品积压过期失效。药师工作中为求个人绩效，提高工作效率，未严格执行先进先出、近期先出的管理原则，西药和中成药经常变换包装，有部分改变包装的药品，未能及时同医生联系，以致出现少量积压。临床常需配备的抢救药品，因中医院以中药为主，危重患者较少，临床使用较少，医药公司不能及时退货而造成积压报废，临床需求突然减少也会造成积压报废。

2 近效期药品管理措施

为了避免过期药品给患者造成不必要的伤害，我院药房针对药品效期管理，从多项措施入手，制订有关制度，严把药品质量关，从根本上提高药品管理质量和减少药品的报损率。

关注临床用药变化，做好领药计划，加强验收工作

加强医务人员的培训工作 医院定期开展医务人员培训以提高合理用药水平。医生的临床经验和医德高低都直接影响着合理用药水平，加强医务人员医德医风培训和廉政建设教育，医院参照社保规定制订临床各科用药比，并纳入绩效考核；药学部每月进行临床用药监测，销量在医院前 20位的药品实行总量控制，销量在医院前 5位的药品实行下月减少10%采购量的做法，发现有不合理现象者，及时进行干预，将存在的问题通报各临床科室，并迅速制订措施，落实整改，持续提高医疗质量和合理用药水平，避免药品使用不合理引起积压过

期。药师认为药房的任务是调剂，效率高才能令患者满意，而忽略了药师应做到四查十对。为此，组织药师学习有关法律法规，同时针对年轻药师加强专业知识学习和工作经验交流，使其转变观念，认识药物质量对患者治疗的重要性，提高自身责任感与使命感，提高个人职业道德。经常强调过期药品对患者的危害，提高药师的认识。药师在配药过程应加强责任心、养成良好的工作习惯、坚持先进先出是避免药品过期的重要措施。

加强药品养护制度和定期检查有效期的制度 药品在存放过程中，易受环境因素影响而出现变质，按要求储藏药品对质量至关重要。建立温湿度记录制度，监控存放条件，如温湿度超出规定范围，及时开空调制冷或抽湿，保证药品质量。建立有效期检查制度，规订各药房每月 10日前检查制度。凡进入药房的药品均分类管理，对药房药品按西药和中成药分类，再按药理作用、剂型、临床用药情况、取用方便程度等进行分类分区摆放，同时根据药品存放位置，划定责任区，每人负责一组药柜，并对所管药柜进行登记养护，发现近效期药品要及时做好标识，3~6 个月的贴黄色标识，1~3 个月的贴红色标识，以提醒其他药师，少做计划和优先用，这样人人都能做到心中有数，避免药品过期失效。根据每月盘查出的近效期药品信息，负责效期管理的药师需做好核查及汇总并建立有效期一览表，张贴于显眼位置，药师根据有效期一览表的信息来调整每周的请领计划，并上报药学部，以便药学部作出进一步的处理意见。为了将近期药品尽快销售完，可根据各个药房之间用药速度差异，药房之间调用近效期药品，加快销售，避免药品过期失效，若为专科用药可与医生沟通，根据临床适用情况选用，若有过期药品则按规定及时申请报废。

药房每周工作计划篇五

药品做为防病、治病、诊断、保健一种特殊商品，药品采购必须确保质量。药库的规范化管理对药品的质量起着至关重

要的作用。应用计算机技术对药库进行科学管理，合理采购计划和库存量，加快资金周转，强化了药品有效期。

1 药库人员素质培养及药库的标准化建设

(1) 药库人员不断提高业务素质 and 思想素质，认识药库管理工作的重要性。在确保临床用药的前提下，及时地了解临床用药状况和动态，重视药房管理中遇到的问题，提出改善方案，为临床用药当好参谋。

(2) 新建库房内墙壁、顶棚和地面光洁、平整、门窗结构严密；有防尘、防潮、防霉、防污染以及防虫、防鼠及避光、通风等设备。仓库合理划分成待验区、合格品库、发货区、不合格品区、退货区等专用场所。并设置了不同温湿度的库房。并分为针剂，口服，外用，西成药及易串味药品等库房。

2 药品采购的计划管理

(1) 我院药品的采购程序，是依据湖北省药品招标采购目录，由临床提出申请，医院药事委员会讨论通过。

(2) 根据我院实际，采用药品abc分类法制定采购计划□a类药品为用量大，周转快，占库存成本高，采购周期应该越短越好□b类药品用量一般，供货稳定，库存成本不大，设定一个月的采购周期□c类药品用量较少但库存总数大、占库存成本低，而且有些品种不易采购，又不能缺货，相对延长采购周期；麻醉、精神类特殊药品，急救药品因其重要性及紧迫性，需备足量，设定周期三个月[1]。

(3) 设定药品的上下限。根据药品分类，掌握全院药房药品的库存及销售情况自动生成库存上下限，确定合理的药品请领计划数。使其既能保证药品的及时供应，又不会因储存过量造成药品积压，并减少近效期药品，使药品处于良性周转状态。

3 药品入出库的管理

(1) 药品入库验收是药库管理的首要环节。药库人员按照药品入库验收程序，按照票据的数量、批号、有效期、供货公司及生产厂家等药品信息，及时准确进行逐样、逐件检查验收；按照购进计划，及时反馈到采购人员计划完成情况。

(2) 药品出库是由各药房人员在hia系统中，根据每周的消耗量与库存量的差，做申领计划产生请领报表，药库人员对数量进行平衡调整后打印药品出库单。根据出库单对出库药品进行检查核对，防止差错。

4 药库的管理

药品管理

把药品严格区分放置：内服库区、外用库区、针剂库区、冷库区、麻醉库区、高危药品库区。各类区域药品的放置是按药理分类摆放。

库位码的编排

每个药品编排一个唯一号码，号码是由4位数字组成，第1、2位代表柜号，第5位代表药柜的层数，第6位数字代表该层中的第几位[2]。

库位编码的应用

(1) 盘存中的应用。药库盘点是每月一次，药房通过his系统导出按库位编码的顺序排列的盘存目录表，盘点时只需按顺序填报实数，最后输入电脑即得。

(2) 领发药品中的应用。药房通过his系统统计某时间段药品消耗量生成药品申领单，领药单是按药库库位编码顺序排

列的，按照库位顺序发放药品。

(3) 提高财务准确度。每月盘点可以参照盘点前的数量，能及时发现漏盘错盘，帐物相符率大大提高，提高了财务准确度。

有效期管理

计算机对每种药品进行有效期监控。药品验收检查时，对近效期6个月药品拒收。特殊情况，由相关人员签字入库、并马上出库使用。系统对效期在三个月内的药品发出预警，告之相关临床科室及时使用药品或退回供货公司。减少了近效期药品，为医院减少了损失，同时保证药品质量。

5 库存管理效果评价

周转率的评价 $\text{库存周转率} = \text{月销售额} / \text{月平均库存金额} \times 100\%$

库存周转率是库存管理的主要指标，周转率越高表明库存管理的效率越高，反之，意味着库存占用资金量越大。

药房每周工作计划篇六

xx年下半年，我局将抓住重点，全面推进，确保全年各项工作目标顺利完成。

全力推进现代服务业**推介项目实施运行，努力扩大项目影响力，形成亮点。不断挖掘新题材，精心制作电视节目，确保电视新栏目开播后的正常运行；适时推出电子杂志，在成华***站主页面开设视频专栏和电子杂志窗口，协调搭建电视媒介合作联动*台。

一是围绕建*90周年等重大事件，统筹安排，做好电视宣传工作，在全区营造良好**氛围。二是围绕中心工作，针对重点

工作、重大项目等做好宣传报道，为建设“中西部综合实力一流城区”摇旗呐喊。三是创新形式和**，深入宣传报道文明城市复查迎检、市民素质提升工程等专项工作，促进各项工作取得成效。四是继续促进硬件设施提档升级、电视工作人员素质提升，确保电视宣传质量不断提升。

一是强化日常检查，健全巡查**，确保安全播出、规范经营成为常态。二是突出重点，对督查问题采取坚决果断的整治行动，彻底清查，保证问题不反复。三是严肃对待举报，保证第一时间查处**违法行为，维护群众利益。四是加强联动，积极联合街办、城管、*等力量，加大执法力度，确保整治效果。

按照全市**安排，对全区各机关软件正版化情况进行更加全面、严格地督查，确保在规定时限全面完成软件正版化工作，顺利通过国家、省、市检查验收。

积极展开产业发展调研，摸清我区**和**出版产业发展现状，明晰当前我国和世界**和**出版产业发展趋势，重点研究影视传媒产业和数字出版产业发展问题，结合我区区情，制定相关产业发展规划，依托成都339、成都东区音乐公园等重大项目和众多高端物业，协调推进产业发展。

下半年，全局上下将继续保持良好的工作状态，紧紧围绕目标任务，拓展思路，创新举措，奋力推进各项工作，确保各项目标任务全面或超额完成，争取各项工作在全市名列前茅，为建设“中西部综合实力一流城区”贡献力量。

药房每周工作计划篇七

来，**频频爆出各地**粉、地沟油、黑心棉、超标饮用水等社会事件，市场监管部门不断地被推往**的风口浪尖，而民众对产品质量安全的信心也一次次地降低，社会诚信体系几乎处于崩溃的边缘。在这种大背景下，工商、食药体制

调整，食品生产、加工、消费各环节的监管职能得到有效整合，**划到市场监管部门，表面上厘清了监管职责，实质上市场监管部门肩上的担子更重了。如何履行好新形势下的新使命，切实保障民生食品安全，保卫市场经济秩序公*有序繁荣，是我们必须深入思考的话题。对此，本文从诚信文化着手，结合新区工作实际，谈谈诚信文化塑造的设想。

区**来开发建设速度不断加快，各项事业呈现高速发展状态，新区消费人群迅速聚集，消费市场不断壮大，市场监管工作也面临着新的挑战，主要有以下几个方面：

（一）市场监管履职压力。**来，区陆域面积从*方公里扩大到多*方公里，市场主体增加了户，达到余家。其中小食杂店增加到多家；餐饮单位则增加了96%，达到365家；人均管辖经济户口达1000多户，监管人手少、压力大之间的矛盾愈加突出。单是今年开年以来，已受理消费投诉209起，比去年同期增加302%；销毁农贸市场不合格食品达324公斤，并在各处新兴的商圈区域内已查处无证无照经营200余家。去年还联合慈溪工商、*部门查处了一起大型**案，引起了较大反响。从总体来看，新区正处于迅速发展阶段，各类市场问题或隐蔽、或潜藏，具有较大的不确定性，也有爆发的风险。从目前的**情况看，现有的违法经营户，大都规模小、档次低，诚信经营意识不强，存在较大的食品安全隐患。随着新区注册登记**的**，新区市场准入门槛进一步降低，消费人群、经营户人群和消费市场更有壮大趋势，履职压力也将更为繁重。

（二）信用监管体系不够成熟。新区自成立来，累计创建“守重”aaa企业19家□aa企业21家□a企业18家，省诚信企业7家，诚信经营户7家，市诚信企业16家，诚信经营户7家。通过引导和扶持，新区已经形成一定的信用创建氛围，但新区当前还没有整合起综合性信用信息*台，全区各类企业对信用创建的共识还不够高，积极性不是很强烈。信用监管方面的做法还停留在很不成熟的初级阶段，没有一个完整、科学的监管体系。随着新形势下对信用监管要求的增强，如何充

分发挥信用杠杆作用，引领区域健康发展，成为我局需要深入考虑的一大难题。

（三）队伍文化价值观需重塑。随着此次工商食药调整，市场监管分局挂牌成立，人员体制调整，队伍机构发生了新变化。如何以此次调整为契机、提炼新的核心价值观、提高队伍凝的矛盾愈加突出。单是今年开年以来，已受理消费投诉209起，比去年同期增加302%；销毁农贸市场不合格食品达324公斤，并在各处新兴的商圈区域内已查处无证无照经营200余家。去年还联合慈溪工商、*部门查处了一起大型**案，引起了较大反响。从总体来看，新区正处于迅速发展阶段，各类市场问题或隐蔽、或潜藏，具有较大的不确定性，也有爆发的风险。从目前的**情况看，现有的违法经营户，大都规模小、档次低，诚信经营意识不强，存在较大的食品安全隐患。随着新区注册登记**的**，新区市场准入门槛进一步降低，消费人群、经营户人群和消费市场更有壮大趋势，履职压力也将更为繁重。

（二）信用监管体系不够成熟。新区自成立来，累计创建“守重”aaa企业19家□aa企业21家□a企业18家，省诚信企业7家，诚信经营户7家，市诚信企业16家，诚信经营户7家。通过引导和扶持，新区已经形成一定的信用创建氛围，但新区当前还没有整合起综合性信用信息*台，全区各类企业对信用创建的共识还不够高，积极性不是很强烈。信用监管方面的做法还停留在很不成熟的`初级阶段，没有一个完整、科学的监管体系。随着新形势下对信用监管要求的增强，如何充分发挥信用杠杆作用，引领区域健康发展，成为我局需要深入考虑的一大难题。

（三）队伍文化价值观需重塑。随着此次工商食药调整，市场监管分局挂牌成立，人员体制调整，队伍机构发生了新变化。如何以此次调整为契机、提炼新的核心价值观、提高队伍凝新区出台了商标创牌奖励举措，对获评驰名商标的企业一次性奖励50万元，今年又确切地得到了落实，极大地

激发了辖区企业创建积极性。

三是创新载体形式。积极探索创新，引入贴近民生、与时俱进的新观念、新形式，加强民意互动、社会参与，塑造文化品牌。如开展诚信主题系列实践活动，针对流通类行业主体，开展“百城万店无假货”、“诚信经营示范店”活动，营造公平交易的良好商业氛围；针对食品药品类企业，着重开展“舌尖上的安全承诺”、放心食品、放心大药房等活动，弘扬诚信正气。还如开展经营主体诚信教育实践活动，实施全员诚信教育，建立健全职工诚信考核评价体系，将诚信作为职业道德基本规范，同时实施企业主体责任**，明确经营者落实诚信理念的经营主体责任。

二是完善信用档案**。对重点商超、食品经营户，实行一户****，全面建立完善诚信档案，对企业落实诚信要求、实行诚信责任承诺、违法经营、行政**等记录全面载入档案，定期清查档案记录，对问题频发类经营户加大惩处力度。

三是建立信用数据库。我区的信用信息发布一直以来还只是挂靠新区站，没有**出来，也没有与其他部门形成共享，信息壁垒现象较为严重。**来，我们也在推动新区各部门建立健全信用信息*台，推动信用信息相互连通、相互共享，取得了一些成绩，但还不够显著。接下来还要继续努力，尽快取得新区管委会**，构建容纳工商、税务、安全生产、产品质量、环境保护、食品药品等为一体的信用档案管理*台，实现多部门、跨领域信息联评、失信联惩，真正造福区域市场经济发展。

（三）创新监管，杠杆发力，建立多位一体的诚信监管机制。转变监管理念，创新监管方式，除了传统意义上的加大重点领域的监管力度和惩罚力度外，还要积极发挥信用杠杆作用，建立多位一体的信用综合监管，形成一处违法、处处受限的监管效果。

一是落实信用公示**。一方面利用信用信息综合*台，落实好企业年度报告及相关信用信息公开、公示，对未按照规定履行公开义务的、或者虚假上报的企业，载入异常名录。对严重违法企业，列入黑名单，充分警醒企业及经营户重视信用资产，履行社会责任。另一方面，倡导农贸市场、专业市场等重点场所，向民众直接公开检测情况、资质情况、信用等级等公示，增强互信、透明力度。对不按照要求公示公开的经营户，责令限期整改。

二是健全信用评价体系。评价是信用建设的关键，要推进诚信文化建设，首先就要正确处理好**评价与社会评价的关系，将两者有机结合，努力建立公正、客观、全面的信用评价体系。一方面应当注重增加民间公信权重。如对社会各类诚信活动评比、媒介报纸正面表彰、消费者满意度较高的，可以加分，对消费投诉量过多、消费者满意度较差、****频频**的，加大评价权重；对消费投诉引发立案处理的，加大信用减分力度。另一方面，减少主观权重。全面梳理信用评价体系，积极查漏补缺，促使评价体系专业化、细化、量化，减少**主观评价权重，力求客观呈现企业的信用状况。

三是完善诚信**机制。积极拓展社会**力量，鼓励社会群体参与信用**，构建多层次、全过程、广覆盖的**体系。一方面邀请各级*、民个协会成员及广大消费者形成行业**员和行风评议员，对各行各业实施明察暗访，加强行业自律；另一方面健全有奖举报**，对发现失信**行为的群众落实奖励，形成**合力。

（四）凝聚理念，公*公正，打造取信于民的诚信示范队伍。市场监管部门作为市场经济秩序的护航人，理应担负该文化的宣传使命，将自身打造成诚信文化理念的领头人，尤其是围绕取信于民这个核心，从核心价值观的坚定、为民办实事、公*公正执法、作风效能提升等方面，率先将自身打造成为一支讲诚信、讲公*、讲信誉的**队伍，切实发挥示范引领作用，带动全区形成浓郁的诚信文化氛围，促进市场经济秩序良性

发展。

一是重塑核心价值观。一方面将诚信纳入集体核心价值观，促使诚信理念深入全体**职工心中，凝聚诚信共识，深化文化内涵，切实在日常工作中予以践行；另一方面，将诚信文化的塑造与群众路线道德教育实践充分结合，丰富并充实****和道德教育内涵，彰显市场监管部门的文化特色。具体做到“荣耻分明”。通过氛围营造，如工作名片、宣传标牌、文化走廊等，弘扬诚信主旋律，使全体**职工充分意识到讲诚信的重要意义，切实以诚实守信为荣、以欺下瞒上为耻，以求真务实为荣、以弄虚作假为耻，以公*执法为荣、以徇私枉法为耻，以造福民生为荣、以罔顾民意耻，切实促使这些荣耻观深刻融入到**心中，纯洁**队伍，提升道德水*。

二是着重取信于民。把取信于民作为市场监管工作的重要着力点，通过内外发力，增强**队伍业务素质，切实在执法监管、行政审批中做到公*公正，积极防范履职风险，提升市场监管新形象。推进公*执法建设。强化**的公*意识，严格按照程序标准规范执法、违法必究。一方面**监管方式和程序，**处罚文书格式和案卷归档要求，**案件核审标准，尤其是正确处理好**裁量与公*执法的关系，制定好**裁量规则与标准，切实根据违法性质、违法程度，实施分类处罚，确保定性准确、处罚幅度合理，确保复议无撤销、诉讼无败诉、*无错案，使群众信服。推进效能提升建设。以效能建设为突破口，积极服务市场主体和广大群众，大力提升市场监管部门的公信力。针对基层群众提出的办照需求，加强实际调研，积极接地气、应民意，打造审批“最后一公里”，打造家门口办照服务。针对消费者反映的投诉事件和*需求等，坚持高效、**原则，妥善、及时处理群众意见，用实际行动、用公仆态度提升群众满意率，赢取群众的信任。

药房每周工作计划篇八

日前召开的全县经济工作会议，今年面临南水北调水源区中

线工程的开工，汉江二桥、汉江大道项目的立项动工，特色农业开发和全县工业的发展等优势，面临国家**县域经济发展的优惠**和实施中部崛起战略、推动新阶段扶贫开发等发展机遇。这给**发展带来了前所未有的大好机遇，做好今年的**工作任务艰巨，意义重大。以服务小康社会、**社会建设为主线，以做大做强**事业和产业为目标，紧紧围绕县委、县*的工作大局，强化宣传，提升质量，扩大影响；开拓市场，壮大产业，增强实力，深化**，规范管理，提高效益；创新机制，建好队伍，塑造形象，进一步开创我县**工作的新局面，推动广播电视事业和产业跨越式发展。围绕这一指导思想和基本思路，将重点抓好以下四个方面的工作。

新的一年，我们将以质量统揽**宣传工作，强化质量意识，用质量打造品牌，用质量提高效益，用质量扩大影响。

1、打造**，努力提高本台的宣传节目质量

首先，要办好《**》节目。进一步强化**立台的观念，把**宣传作为本台宣传的重中之重，在保持《**》基本风格的基础上，进一步加强策划和包装，使之定位准确，角度新颖，画面优美，个性鲜明，更具有可视性。要继续改进**的报道方式，进一步压缩会议报道和一般化工作报道，调整会议报道和部门工作报告的角度，突出民生类**报道，加大对一线工作，对老百姓关切关注的热点难点的报道力度，使**宣传更加贴近实际，贴近生活，贴近群众。要扩大**的信息量，增强实效性，把《**》办成为**满意、社会关注和群众欢迎的**栏目。

其次，在继续巩固和县直有关单位联办栏目的同时，重点开办一至二个骨干栏目，聚焦 的大事要事，关注基层的热点难点，反映时代精神和时代潮流，弘扬高尚情操和火热情怀，以生动感人的现实载体和主题教育和鼓舞广大人民群众。要着力提高专题、广告和文艺的宣传质量。在专题宣传上，选题要准，策划要细，制作要精，思想性和艺术性要高度**，

力争打造1至2部主题鲜明，思想精深，制作精湛，艺术精良的专题**。广告宣传要立足于短、精、活，压缩长度，丰富画面，增强观赏性。文艺宣传要积极探索与行政事业单位和企业联办文艺活动的路子，主办5至6次如电视歌手大奖赛，综艺晚会等形式的文艺活动，进一步丰富和活跃电视荧屏。

2、突出重点，努力提高**宣传为中心工作服务的质量。

要紧密围绕县委、县*的整体工作部署，认真**开展各类宣传战役，要继续抓好大和届****精神的宣传，突出抓好****新农村的宣传和全县工业经济宣传，重点抓好农业产业化、工业园区建设、旅游、商资、项目兴县、财务金融、南水北调和社会保障等内容的宣传，为县域经济和社会事业的发展推波助澜。对中心工作的宣传既要有力度，更要有深度，对影响全局的重点工作，对人民群众关心的重大问题，要通过专题报道、系列报道、跟踪报道的方式进行宣传，力争每月有一个重要选题，每档有一个重点报道，提高对中心工作报道的份量，增强宣传的实效性。

3、加强策划，努力提高对外宣传的质量。要成立专门**，抽调骨干力量，集中精力搞好对上宣传；要突出电视宣传和重点电视频道的宣传，加大对湖北卫视和十堰****的宣传力度；认真落实激励的措施，在调整电台和电视台稿酬比例的同时，对湖北****用稿和十堰****头条给予重点奖励，要通过这些措施，促使我台对外宣传质量有一个新的突破，为进一步扩大郧西的知名度和影响力作出我们应有的努力。

一是加强对**职工的学习和培训，打造一支过硬的专业技术队伍。目前，我局**职工队伍的素质与广播电视**和发展的要求不够适应，专业技术人才总量不多，层次不高，事业和产业发展受到一定的影响，加强学习和培训已迫在眉睫。

一方面，我们要按照学习型**创建工作的要求，按照“工作学习化”的管理模式，在全局上下进一步营造人人学习，人

人升级，人人创新的学习氛围。同时，采取请进来讲，送出去学，岗位上练，加紧培养和适应广播电视**的各类人才，特别是经营管理人才、节目策划人才、高新技术人才和复合性人才，进一步提高我局的专业队伍素质和专业技术水*。

另一方面，要为专业技术人才的成长和兴业创造良好的环境，对有突出贡献的专业技术人才和管理人才，要高薪聘用，提高工资额度。要落实业务首席制，对业务拔尖、任务完成出色的专业技术人员，要给予必要的经济待遇。对超额完成经营任务、贡献突出的部室负责人，局（台）将对超额部分按比例予以奖励，真正使人才队伍稳得住，作用大。

二是加强**职工的作风建设，打造一支过硬的职工队伍。作风正则事业兴。我县**系统思想作风建设的主流是好的，但也存在一些不良苗头，有章不循，有禁不止的问题仍然存在，少数同志工作漂浮，**散漫，上班迟到，**摸牌，工作得过且过。为了解决这些问题，我们把今年确定为作风建设年，把作风整顿作为主要内容，严格工作责任和考勤考核**，对****者，除批评教育外，还要给予一定的经济处罚和**处理，要通过作风建设，促使全系统**职工的工作作风和精神面貌有一个新的变化。

三是深化人事****，进一步推行全员聘用制。对局属中层正职空缺职位实行公开竞争上岗，对局人事**人员严格考核，重新聘用，进一步完善效益工资发放**，鼓励**职工多拿工资，拿高工资，在全局建立**能上能下、人员能进能出、工资能高能低的激励约束机制。

一是重点抓好 电视频道改版工作，以新的荧屏奉献观众。

二是做好广播电视资料库建设工作，力争建成首家集文档，音像资料于一体的专业资料库。

三是继续推进广播电视村村通工作，认真督办50户以上140个

自然村的任务完成，积极做好20户以上940个自然村申报争取工作。

四是做好摄录编设备更新配套管理和档案建设工作，加大技术管理力度。

五是尽最大努力兑现**职工各项**性补贴，提高福利待遇水*。

六是盘活固定资产，规范公有房屋、门面房和雷峰垭、马家岭山为主体的物业管理。

七是加大**职工培训**工作力度，提高队伍整体素质。

八是解决老**的活动场地，**老**开展丰富多彩的文化活动。

药房每周工作计划篇九

（一）使用医学统计软件能分析药品采购的管理，能快速在线完成出入库操作

实现有效降低药品库存，大幅度缩短采购周期，提高药品周转率，避免药品呆滞、药品失效等。合理准确的统计预测，能使采购费用与存储费用最小的采购批量。统计预测的应用使得药品的采购量与实际用量间保持着良好的一致性，彻底摆脱了采购员凭经验制定采购品种和数量的工作模式。

（二）使用医学统计软件能分析药品积压的管理

药品积压是指药品进入医院药房后，由于某种原因，当药品实际库存连续 3 个月大于上限的 倍时，可视为药品积压。对于新引进药品如果连续3 个月消耗为零也视为积压，如果连续3 个月其消耗低于发放量的 50%，就必须调低其上下限。根据药品库存数量、时间生产统计工作的实际要求，设计药品库存统计相关工作表，适时录入相关数据，通过 excel 等

统计软件对各种数据进行自动加工处理，提前对可能成为积压药品的药进行相关统计分析，积压药品若在其有效期内能消耗完，且占用库存不大，应先采取自身消化，若占用库存较大，可交流到其他药房或退回药库；若属于近效期积压药品则必须退回药库。应用医学统计软件，可以使药品周转率提高、减少库存药品、缓解资金压力，为实现药品“零库存”打下坚实基础！

（三）使用医学统计软件能分析药品效期管理

为了避免效期药品无故过期失效，造成医疗资源的损失，除了给予适当的时限条件外，对药品效期管理的做法是使用医学统计软件进行管理，使医院药品管理进一步完善。医学统计信息系统的应用使药房可以快速准确地掌握药品的使用量和库存量，并根据统计分析数据，准确地制订周期内的药品采购计划，快速在线完成出入库操作，实现有效降低药品库存，大幅度缩短采购周期，提高药品周转率，避免药品呆滞、失效的药品管理目标。

（四）使用医学统计软件能分析药品点库管理

在医院，药品从入库到出库再到病人的使用，是一个比较复杂的流程，它贯穿于病人的整个诊疗过程中。医学统计信息系统在药品管理方面是用于协助整个医院完成对药品管理的计算机应用程序，使用计算机进行药品管理的，应做到‘金额管理、数量统计、实耗实销’。计算机管理药品后，每月终结完帐，分别药库、各药房自动生成打印“药品进出存月报”、“药品进销存月报”，还分别打印药库、各药房“期末库存药品明细表”

二、在医院管理的中的应用

医院是一个多功能、多层次、结构复杂的大系统，统计是反映、分析医院投入、产出及运行过程中各种数据质量的重要

工具。医院的统计人员，肩负着重任，负责全院各种统计资料的收集、登记、整理，分类，审核、录入、汇总；督促各科室做好医疗登记、统计并给予指导和帮助；定期进行医疗工作效率和医疗质量的统计分析，定期向各基层科室反馈统计信息资料，及时准确地填报上级各部门颁发的全部统计报表，准确及时地执行各统计任务，使统计工作不仅起到信息服务的作用，而且起到咨询和监督作用，为医院领导总结和检查工作，掌握各科室的工作进度，计算绩效工资，制定医疗工作计划，提高医疗质量和效益，改善医院管理，提供了以医疗服务为主的各项工作的综合统计信息。在医院病人管理、药品管理、医务人员管理、医院资金流动等中，应用信息统计软件，能够有效管理医院正常运行，防止问题的发生，避免不必要的开支，分析病理并进行准确治疗等。

药房每周工作计划篇十

- 2、 是否获得店员较高的推荐率，就能得到较高的销售业绩？
- 3、 是否针对店员高额促销费用就能够获得高的销售业绩？
- 4、 良好的终端客情关系是高频率拜访就能得到的吗？
- 5、 大型药店是否一定需要高频率的拜访工作？
- 6、 好的终端工作手段被竞争对手模仿导致同质化营销现象严重，我们该如何处理？
- 7、 目标终端一点的强有力的终端工作是否需要面的终端工作配合？

终端推广工作的重要性是越来越被我们越来越多的同行所认可，同时终端工作呈现出的效果又越来越让我们感到无赖。同时，终端工作呈现出来的效果又越来越让人感到无奈。许多保健品OTC制药企业倍感困惑的是除了广告之外，药店终

端工作究竟能起到多大的作用，药店终端工作做来做去，无外乎就是产品终端摆放、陈列、理货，终端进货促销奖励，卖场活动促销、店员教育、店员促销等内容。这些方式几乎所有保健品Otc厂家都在用。终端市场推广工作的同质化、复杂化和创新性、多面性让我们很难准确把握，企业感到终端工作如同烫手的山芋，让人难以取舍。

药店终端工作究竟应该如何做？为什么我们会如此困惑？笔者觉得主要焦点在于终端工作方法的有效性上，要获得有效的终端工作即终端工作的效果保证，必须针对影响我们终端工作的各项内外因素进行认真仔细的调研分析，找出适合自身企业，符合当地市场状况的终端工作的方式方法。同时应该抛掉因为我们成功的经验给我们划定的药店终端工作固定模式的圈。用当今时髦的话“解放思想，实事求是，与时俱进”来总结是太适合不过了。

首先我们需要的是解放思想，跳出“传统”终端管理模式。其实我们在制定和管理、监督我们的终端工作模式时，往往在把眼光注意在终端工作的各种方式和形式上的推陈出新，而忽略了终端工作的目的和意义，这根本不是终端工作的创新与变革。把终端工作形式化成为了终端而去做终端工作，使终端工作失去了本身的意义。下面就“传统”终端工作的固有模式进行分析和讨论。提出终端工作的几个误区。

误区一：终端工作传统分类即药店按a□b□c三级管理的误区。

许多保健品和otc企业的营销队伍对于所管辖和工作的药店零售终端进行a□b□c三级分类，其目的是让代表对于不同级别的终端在工作时间和工作内容进行规范化管理，分出终端工作投入的时间和精力的差别。这样的分类标准直接影响着终端工作的管理和监督。主要表现在对otc代表工作时间和精力上的不合理分配，最终导致终端工作执行力的降低。

传统的终端药店的管理是把我们的业务代表所管理的药店按药

店的营业额、我们产品的销售量、潜力销售量、营业面积、营业员人数、药店地理位置等综合因素进行a□b□c三级药店的划分，规定a级药店为重点工作药店□b级药店为次重点药店□c级为非重点药店。简言之就是□a级药店是大型药店□b级药店是中型药店□c级药店是小药店。从分类上带来的代表工作时间和精力上的区分，从而从otc代表的工作时间上进行管理，例如，要求业务代表针对a级终端要进行高频次的拜访，如一周一巡回，每次拜访耗时最长，如时间要求在20—30分钟之间，工作内容最全面，几乎终端工作所有内容都用上，代表付出的工作精力最大；对b级药店终端进行中等频次的拜访，如两周一巡回，拜访耗时中等，如停留时间在10—20分钟之间，终端工作内容为主要要求的部分，代表付出的精力中等；对c级药店终端进行一个低频次的拜访，如一月一巡回，每次拜访时间也较短，如5—10分钟，终端工作内容要求简单，代表付出的工作精力少等等。从现在来看，随这些年零售药店的巨大变革，从药店的gsp认证、连锁经营、平价药房、超市药房、大型药品卖场的出现，到药店本身无论从经营规模还是营业员基本素质的明显提高，都告诉了我们传统药店分级本身已经逐步失去了其原有的作用。这种理论上的、机械的管理模式已经不适应目前零售终端发展的需要。过去规模小的单体药店正在逐渐消失，取而代之的是有规模的连锁药店经营，社会药店本身也逐步向正规化、规模化进程发展。医药商业和零售药店的格局改变促使我们生产企业尤其是保健品和otc产品的生产企业必须作出相应的营销思想和手段的改变。而这一切的最基础工作就是如何运用适合我们目前市场状况的终端工作管理模式。针对这些问题，我们提出用“药店终端三级信息管理模式”来解决和替代目前成旧的abc三级终端管理模式。“药店终端三级信息管理模式”他的思想精髓是在新形的药店终端营销管理形式下，合理地科学地管理业务代表的工作时间和终端工作内容。药店三级终端信息管理的模式是层级管理，药店的信息越来越细致，信息都是我们目标工作要求的内容，通过以上三级终端药店的管理的基础上，确定好我们业务代表终端药店的拜访频率和拜访工作的重点

之分，达到和满足我们合理有效利用、分配工作时间的要求。

“药店终端三级信息管理模式”重在针对终端信息的真实采集和收集，了解终端推广代表工作现状，通过信息管理系统统计分析和处理终端信息，找出终端工作中纯在的主要问题，及时调整终端工作指导方向和明确阶段性的工作重点。同时针对代表工作现状进行实时监控，正确评价代表工作的实效性，加强公司终端推广工作的执行力。例如，终端信息管理要求，推广代表拜访药店时必须采集产品的零售价格和批号，其目的就是代表必须通过实地拜访药店才能及时了解产品在各个终端的零售价格和批号，防止目前许多otc企业终端代表普遍存在在规定的时间内根本不去拜访终端，公司要求的工作内容进行估计编写，一些工作内容没有可监控性，于是代表欺骗之风盛行。我们对于阶段性终端产品价格和批号在督察工作中很容易检查，如上报终端信息有误，则可断定代表根本没有进行终端拜访。同时为我们终端市场产品零售价格的统计和分析提供资料，为终端市场上反映的产品批号来分析货物的流向和销区间冲货、窜活提供信息统计数据。间接反映出各销区渠道管理的水平和状况。关于“药店终端三级信息管理模式”在以前的文章中有详细阐述，这里就不展开了。

误区二：业务代表工作时间的分配和管理误区。

业务代表一定要把大量的工作精力和时间机械性地投放在大型的零售药店中。而忽略了终端拜访地真正目的和意义，还浪费和降低了人员的工作时间和效率。

目前药店市场终端上存在的零售终端药店都是具有一定规模和销售潜力的售点，我们业务代表能够跑到的终端药店都是我们工作的重点。终端工作拜访的时间、频率和工作内容上不应该有a□b□c级药店的区别。工作时间和工作内容上的安排只有熟悉和不熟悉的药店之分，不熟悉的药店工作时间应该增长，工作访谈内容和终端工作内容应该增加。在逐步熟悉和增进客情关系后，缩短该终端药店的时间和减少工作访谈

内容。终端工作时间长短的区分，工作内容重点和次重点之分，都是与我们和终端药店熟悉程度相关联，换句话说熟悉就是客情关系的到位程度和店员推荐积极性调动程度，合格一家就算成熟一家、熟悉一家。此类药店终端的工作重点是维护和不断调整促销力度和方向以满足药店终端变化的要求，工作指导目的就是增加药店终端潜力销售量和维护现有满意的销售量。例如，上海市一家大型药店，某企业的拳头产品在该药店每月销售量在20盒左右，刚开始我们的业务代表用了近一个月的高频次的拜访，将企业产品的知识、销售卖点以及公司的促销政策与营业员和柜组长进行了良好、默契的沟通，销售量在第二个月增长到每月1200盒的可喜成绩，而以后该业务代表对这家药店的拜访频次保持在一月一次，并随时保持与店员和柜组长电话沟通和必要的临时约会。工作时间减少了，工作内容变得单一了，而药店销售量依然保持1200盒以上的销售。这样该业务代表就有更多的时间去开发、熟悉更多的潜力药店，达到了我们高效利用工作时间和完成工作内容和目的。这样otc代表管辖的药店数量可以随着工作熟悉程度的加深而增加。保持业务代表饱和的工作内容和提高整体otc代表工作效率，从而降低营销成本，更有机会随着业务代表工作效率的提高增加他们的工资待遇，保持队伍的稳定，增加产品促销力度，增强产品市场竞争力。这样让业务代表用更多的时间去开发新的终端药店，扩大终端药店的工作范围，合理利用有限的业务代表人员，有效利用每个otc代表的工作时间，提高工作效率和降低成本。这样可以用数量少的代表有效管理更大数量的终端。

误区三：重点终端的目标工作设定误区即终端点和面有效结合的误区。

把主要的人力、财力投入在占比少数的重点终端药店，加大重点和目标药店的工作力度，按2：8定律进行以点带面，营造终端销售氛围。这是我们终端工作沿用的最常规的方式方法。大家却忽略了一个问题，目前的终端药店已经发生着很

大的变化。首先，终端药店的规模和规范化地域间的差别已经越来越小，以前中心城市里装修规模和面积，以及人流量和营业额较大的药房，现在在地级市甚至县城里都已经有了，2：8原则的2正在向周边城市延伸，这决定了我们的终端工作必须向除中心城市以外的周边城市进行延伸。其次，中心城市的大中型药店被几乎所有强势品牌的otc厂家列为目标工作药店，在加上其他非品牌产品的终端工作，使中心城市的终端工作竞争异常激烈。最后，随着中国医疗体制改革的深入，城乡医疗保险制度的建立健全，无论中心城市还是周边城市的医药划卡都刺激了和带动了终端药店的销售，终端药店工作的面上的展开日现其重要性。

不注重终端面上的工作而只强调终端点上的工作，是目前绝大多数otc企业终端工作的模式。他忽略了几乎所有的otc厂家尤其是同类竞争产品的厂家也在同样这样工作着。自己把一个广阔的终端市场局限在少数的终端中进行血战到底，其结果必然是两败俱伤。

据有关资料显示，近1—2年中国零售药店发生着前所未有的变化，质量和数量都有着显著的提升和增加，以江苏省为例到目前为止，零售药店已经突破了9000家。在全国范围内药店零售终端药店估计在15万家以上。目前许多otc制药企业的市场otc人员规模根据每家企业的发展状况和发展规模不同，人员规模也存在较大的差异。一般的otc企业来说人员规模控制在四五百人左右比较合理。因此，就存在这样一个问题，如何有效利用有限的otc人员针对如此庞大的药店终端数量来进行工作。

目前国内otc企业的做法一般有以下三大类，第一类是以哈药集团为代表的企业重点放在媒体广告上，市场上只有销售人员而没有otc代表进行终端工作。第二类是绝大多数otc企业的做法，既有媒体上的支持，又有otc代表的终端工作。第三类是以酸痛灵为代表只以终端工作为主要销售模式的企业，

酸痛灵以终端促销员与消费者面对面的促销讲解为主的销售模式获得了上亿的销售业绩。为了能有效达到终端促销覆盖面，其全国终端促销人员有4000多人。当然还有会议营销等直接面对消费者的模式。第四类是以绝大多数以otc招商形式的企业，几乎没有广告支持，主要依靠商的终端促销工作，整体影响力小，终端覆盖面小，仅在区域市场内有一定冲击力。

在otc市场上起主导地位的还是第二类。这类企业在终端工作中又有两种趋势，第一种是利用少量的otc代表针对占比和范围较小的目标或重点药店终端进行工作。这是数量众多的otc企业的终端工作的指导思想。目的是通过点的工作，营造销售氛围，带动和拉动市场整体销售，终端工作主要集中在中心城市。核心思想是重点终端重点工作。第二种是用合理有限的otc代表去做相对足够大的终端市场。终端工作注重的主要是终端面上的工作，终端工作涉及的面相对较广，可以覆盖到地级市、县，二、三级尤其是农村市场工作比较到位。

在点和面上的终端工作中，哪一种方式更好？如何有效正确的做好点和面的终端工作的有效结合，是困扰着我们otc生产企业的的一个重大的问题。

大家在终端走访中有一种体会，中心城市的零售药店尤其是大型药店。几乎所有厂家的业务人员都会前来做店员的工作，店员在大家的鲜花簇拥下，已经变得越来越难去做工作了。店员提出的条件也越来越苛刻，工作风格也越来越像我们做医院工作的医生了。到头来叫苦的还是厂家。从终端效果来看，终端投入的费用越来越大而效果却越来越小。而在中心城市以下的地县乡级城市和农村，我们却能发现截然不同的另外一种现象，那就是终端工作竞争小，店员工作好做，促销力度不大就能取得很好的效果。只不过药店终端数量较大，地域分布较广。只要合理分配代表的工作时间，解决这个问题一点都不难。这就是我们需要思考目前终端工作如何做好点

（重点目标药店）和面（数量众多、分布广泛的其他终端药店）的有机结合。根据目前市场状况来看，有机地把终端工作的点和面能有效结合起来，终端效果是最有效的。例如，目前像史克、强生、惠氏以及东盛科技、海王等企业的otc终端工作都是针对重点目标终端在进行人力，财力等方面的强力促销工作，这是点的工作。而在面上的终端工作力量就非常薄弱。由于针对重点目标终端做工作的保健品和otc企业居多，并且同质化营销模式严重，自然导致在这些点上的终端工作竞争异常激烈。哪家的促销手段都很难处于一个优势地位，结果自然是促销工作大打折扣。而注重面的终端工作的保健品和otc企业，由于业务代表管理的终端数量较大，代表精力有限等原因，终端工作的深度不够，促销力度欠佳。优势是终端面上的覆盖较广，且这些终端的工作竞争相对宽松，工作效果容易体现，整体终端效果较好。但随着地区经济的发展，注重点上工作的保健品和otc企业也在不断扩大重点目标终端的数量和范围，因而将面临的危机是其他企业的重点终端范围的不断扩大导致面上终端效果呈现递减的趋势。因此合理地、有效地根据实际市场状况，协调好终端工作的点和面的工作是我们终端工作有效性的重点工作之一。

误区四：店员推荐率高将带来终端工作销量提升的有力保障。

我们有许多保健品和otc企业在终端工作中，一味强调店员的第一推荐率。将大量的人力、财力投入在店员的促销工作中，一味迁就店员不断增长的促销胃口，结果大量的促销费用投下去了，却没有带来销售量的明显变化。

首先我们要明确一个概念，高的店员推荐率就一定能获得高的销售量吗？举一个例子，大家就明白了，我们在市场调查了解到，哈尔滨市场感冒药第一推荐的产品是河南天工药业的“即克”，无论是产品的摆放、陈列还是店员的推荐力度都是同类品种中的佼佼者，但其销售量根本无法与几个毫无推荐率的知名感冒品牌产品相比。原因是其有效推荐率太

低，推荐的成功率地。而在经济发达的上海地区，却呈现出另外一种结果。终端店员促销力度大的广告品种“银得菲”和非广告品种“日康”在店员中具有很高的推荐率，在其他地区销售平平的该产品在上海却取得了很好的销售业绩。原因是上海店员推荐成功率高，即有效推荐率高。仔细分析两地出现的不同促销效果，可以看出由于地区、药店规模和店员素质不同，店员给予消费者信任度影响不同，导致促销结果不同而已。在此店员推荐率的终端工作基础上产生的“神秘访客”的促销活动还能像以前那样的终端效果吗？店员同样也存在对厂家的信任危机。

误区五：是否针对店员高额促销费用就能够获得高的销售业绩？

店员促销费用的使用只是我们推广产品两大手段广告宣传和终端工作中终端工作的手段之一，他的有效性影响因素太多，一味最求高额促销费用，只会把我们的终端工作带入死胡同，不仅降低了企业产品推广工作其他费用的使用，使产品始终处于低水平的营销状态。同时在产品起量上升阶段出现致命的打击，那就是会出现渠道价格混乱，挫伤各级经销商销售该产品的积极性。首先在渠道中将刚刚起量的产品彻底做死，接下来的连锁反映就是终端促销费用无法保证落实到位，终端店员的怨声载道会彻底淹没产品的生命，回头看来昙花一现的销售增量只不过是产品的釜底抽薪。因此，合理规划我们产品的终端政策，根据每个企业每个产品的不同发展阶段，根据不同地域环境，不同竞争品种环境，规划出符合企业产品发展的终端工作的重点和非重点，注重阶段性和区域性推广特性，综合提高产品终端工作的竞争力，才是我们应该重视和规划的。

误区六：良好的终端客情关系是高频率拜访就能得到的吗？

良好的终端客情关系的确是通过代表终端拜访换来的，客情关系本身是受企业诸多因素影响的，例如，代表的勤奋、诚

实等良好品质；企业良好的品牌形象；合理的终端促销推广政策；代表工作的效率等等。一味强调代表必须高频率拜访终端还有可能适得其反，例如，现在部分大型药店由于管理严格，针对店员的促销工作必须做得隐蔽有技巧性，否则，你的促销可能带来的是你的产品的灾难。因此，代表终端拜访的管理应以终端工作有效地执行到位为工作目标，代表和店员能保持良好的客情关系为目的，灵活把握代表的工作时间，强调代表的工作成效。