

2023年医药销售工作心得体会(优秀5篇)

心得体会是对所经历的事物的理解和领悟的一种表达方式，是对自身成长和发展的一种反思和总结。那么我们写心得体会要注意的内容有什么呢？下面我给大家整理了一些心得体会范文，希望能够帮助到大家。

医药销售工作心得体会篇一

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。_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，我都以我最大的热情把它完成好，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。

反思本年来的工作，在喜看成绩的同时，也在思量着自己在工作中的不足。不足有以下几点

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，平日的不好的工作习惯、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重。

总结_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。

销售服装工作总结一烈日炎炎，我们共青团就业见习之旅实

践队雅格尔卖场见习小队开始真正踏上我们的实践之旅。拒绝是推销的开始记雅戈尔第一日导购经历刚到雅格尔的专卖店，负责接待我们的公司主管已经等在店里了，他亲切的接待了我们，问...

_年已经过去一大半了，这是一篇关于销售人员的个人工作总结的范文，可以提供大家借鉴!_年的上半年已经过去，新的挑战又在眼前。在上半年里，有压力也有挑战。年初的时候，房地产市场还没有完全复苏，那时的压力其实挺大的。

一、本年度工作总结_年上半年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。

首先要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货;勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理;内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗...

_年的第三季度已经过去了，在这三个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，快临近年终和今年最后一个季度，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。

繁忙的工作不知不觉又迎来了新的一年，回顾来公司的四个月的工作历程，从8月份进入公司工作从事销售工作，深得公司领导的信任，担任销售部经理一职。

医药销售工作心得体会篇二

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。

一个人的销售能力，就是由这两个基本素质的交互作用来决定的。具体来说优秀的医药代表应该具备如下的能力：

- 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。

医药销售工作心得体会篇三

销售工作是企业活动中非常重要的一个环节,能否有效激励销售人员,是企业竞争成败的关键因素,下面是本站为大家带来的医药销售工作心得体会,希望可以帮助大家。

经过两天在新疆新特药公司的学习，我对医药销售有了一个初步的了解，对本公司最基层的工作者每天的工作氛围有了一定的感受。并在此基础上有了一些属于自己的见解和观点，跨出了我在销售道路上的第一步，而这一步的迈出就注定了我的脚步不会停止，继续奋力前行。

三百六十行，行行出状元。业务员，在公司中看似很卑微的一个职位，却对整个公司的正常运行和发展做出了他们不可磨灭的贡献。业务员是公司与客户之间的桥梁，为他们之间消息的流通创造了良好的条件，为他们之间的业务往来搭建了一个很好的平台。为了双方的利益奔波在喧嚣的城市街道中，忠诚于公司，服务于客户，虽然很累，但他们乐在其中。销售在他们的手中被谱写成了辉煌的篇章。下面我对业务员的工作流程做一个简单的概括。

销售需要市场，当然医药销售也不例外。在当今社会，由于环境被破坏和日常饮食不周造成了大病小病缠身，有病就得吃药，在一定程度上能缓解病情，有时还起到消除病根的作用。吃药就要去买药，由此，医药销售就有了市场，市场为广大顾客提供了各类药品。在医院，在诊所，在药品销售点都可以买到，然而这些药品的来源则是各大医药公司。当某个销售点缺少某种药品时，会与医药公司联系，会有专门的人员做药品记录，记录以后会通知库房给这个销售点配送货物，快速及时的把药品送到位，消除广大顾客有钱没药买的顾虑，对其身体健康做出了一个基本的保障。当货物送到时，销售点的工作人员会进行清点，如果发现有问题会及时与负责此范围的业务员反映情况，业务员同时通过公司做出调货或者退货的处理办法，保障此销售点的合法权益，并代表公司对其表示歉意，尽量避免以后出现类似的情况。所以说保住销售点对本公司的信誉度和依赖度对公司的销售业绩起到了至关重要的作用。

欠债还钱，天经地义。最后各销售点确认药品数量和质量无误时，就要准备上缴货款了。除了小部分会直接把货款打到公司账户上，大部分的货款还是要委托业务员上门收取的。每一批货物都会有一张发票，这是开票员每天的任务。等发货几天以后，开票员会把业务员所负责的范围内各销售点配送货物的发票交到其手中，业务员持发票去各销售点收货款。与此同时，公司有什么新药品或者什么促销活动，业务员会通知各销售点，由此扩大药物销售的数量和品种，从根本上

为公司增加了业务量。在发现有新的销售点开设时，业务员应及时有效的说服其购买和销售本公司的药品，这就叫做拉拢市场，使其形成网络，扩大本公司的业务范围，从而使资金高度集中，获得更大的收益。最后业务员会将货款交到公司由结算员接受，并核算账目，消除客户欠款记录。

作为一名当代大学生，要跟上时代的潮流，要懂得思考，懂得钻研，做事要有韧性，有魄力，做到不达目的不罢休的境界。我的专业课是医药营销，只有把专业知识学好并付诸实践，以后到社会上才能找到对口的专业工作，否则找到好工作就是天方夜谭。做销售不是一时能完成的，宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来。不经历挫折，不承受失败，不经过时间和岁月的考验是不可能有所成就的。抓住机遇，迎接挑战，拿出自己的本事，秀出自己的风采，只要付出了社会就会有回报给予我们的。我们的未来一片光明，何不趁着我们的年轻活力去奋力一搏呢！

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。

一个人的销售能力，就是由这两个基本素质的交互作用来决定的。具体来说优秀的医药代表应该具备如下的能力：

- 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！

第一，必须提高综和能力。平时多注意学习，勤于思考工作方法工作技能，以及拓展客户的思路，充分发挥个人主观能动性,所有人都喜欢跟知识渊博,有感染力的人交往。

第二，努力使自己成为一个专家型销售人才，知识面要宽，能力全面，以强烈信心感染客户，以全面的行业资讯指引客户，成为客户运作品种与资金的参谋，这样做之后，您将获得拓展客户更大的提高!一般而言，经销商对一个充满自信，能力知识全面的销售专家是无法抗拒的!具体方法，首先对各中渠道得来的基础客户资料进行分析，可先进行电话交流，在电话中了解客户的基本情况，运作品种，期望的目标品种，运作医院等进行初步的筛选。接下来对适合合作的客户作进一步跟进，谈的深入些，确定目标客户。这之前的电话沟通是开发客户的最关键的一步。必要时，可上门拜访。拜访中可详细了解客户的真实实力和适宜运作的品种，充分运用谈判技巧，表现出真诚，务实，专业的职业的工作态度，从取达成合作共赢。

第三，通过客户介绍法成功开发新客户，这个方法可以多多借鉴，根据多年的销售经验事实证明效果很好，客户对介绍

另外地区的朋友是愿意的，大家不要有太多的思想障碍和顾虑，以为客户不肯介绍。此前本人在江苏做业务，曾屡试不爽，至从用了此招，业务销售额就连续上涨，比xx年股票上涨的速度，有过之而无不及。效果非常不错，当然首先的前提是，你要取得人客户的信任，肯定。对所有的客户都要发自内心的真诚，于信赖。

第四，通过医药商业公司介绍客户，这也是一个相当精准的方法。因为商业公司，在某一区域内，对潜在的客户基本都了如指掌。能够取得商业公司经理的信任，你的客户也将会是源源不断。

万变不离其中，任何的学习围绕的，真正中心就是，怎么去做人，其中的方法有很多，都需要自己去体会，销售就是人生很好的磨练，我们应该乐观，积极的态度，去面对，在销售中品味人生，充满热情地去工作，一定会越做越好，我们的销量会越来越大。

医药销售工作心得体会篇四

我是一位医药代表，不，准确的说我还不是正式的医药代表，我还在公司试用着，也就是说随时可能被开除出去的！

我是一个新人，当初之所以选择这个工作，除了钱外还想挑战一下自己，以前的我是那么的害羞与内向，我想在销售的领域有所成长，有所作为。

我也不知道为什么自己是那么的不顺利，我同学早就开始正式工作了，而我还在看别人脸色小心翼翼的争取表现。从3月在广东实习到6月，由于公司销售改组，我和去公司的同学都被辞退了，于是从7月拼命的找了个工作，虽然工资不高，可是不必在街头流浪，还算心里安慰。

今天去拜访了一位医生，感觉还不错，经理说要考验和锻炼我，否则就回家了。对于这个职业很多人对其看法不同，都说它是一个违法的职业，只是国家还没有一个明确的法律法规，也许再过几年国家医改彻底，我们都将面临失业。其实我们主要是向医生介绍自己的产品，讲学术，可是现在的医生都现实，那么多医药代表，他凭什么用你的药品，所以就涉及金钱关系，为了使医生记得自己的药品，必须给他提成或红包，无形中就扰乱了医药市场，无形中就提高了药品成本价格，受伤的还是那些看病的人们，说白了就是平民百姓，他们没有钱却只能听医生摆布。

其实医生本来就要开药，我们向他介绍本公司药品，他只需要争对病人对症下药就是，我认为对病人负责医生具备主导作用，他们才知道那种药对病人最有用，怎样开才最便宜，才能为病人着想。其实我们主要是和同品种公司竞争，比如进口药品和我们国产药品效果一样，我们的却便宜，所以向医生推荐无疑对患者是一种好的决策！

所以，我认为医药代表学术重要，医生几乎主宰着病人的生命，他们对病人负责选择那种药品更重要。

一位发烧的病人进医院后，本来医生开几片药就可以了，医生叫他去检查，化验，下来用了好多钱，所以一位对病人负责的医生才是社会的真正呼喊！

医药销售工作心得体会篇五

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xx年3—6月份销售120936盒，比去年同期销售的115615盒增加75321盒，为同期的1.65倍。

20xx年1—6月新市场销售116000盒，老市场115736盒。

1、市场网络建设方面：

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础。

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95323以上□20xx年全年计划销售7200盒，力争10342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元/盒，平均销售价格在11.7元，共货价格在3—3.6元，相当于23扣，部分地区的零售价格在17.1元/盒，因为为新产品，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。

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x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。

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。