

2023年医药代表工作日志 医药代表工作总结(优秀5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

医药代表工作日志篇一

从医药院校毕业之后，我就跟随着大多数的同学成为了一家医药公司的医药代表。医药代表的主要职责就是向医院推荐我们公司的新药，推荐的过程中，我们需要接触医生、药剂科、药事会、副院长等。

每次进入医院，只要说自我是医药代表，周围就会有异样的眼光。我心里真的很难受，有些医院还贴出“禁止医药代表”进入的牌子，很多人都会拿有色眼镜来看我们，觉得医药代表是增加患者的负担，不惜重金回扣给医生的工作。其实，每一个行业都有它的潜规则，做销售的或多或少都会给客户一点好处的，比如一些促销活动，医药代表给医生回扣也相当于促销活动。其实，我相信选择医药代表这一行业的人，大多数都是觉得医药代表是医生最爱的人，会增加医生的大部分收入。当然，也是为了推广医药公司的新药品。

医药代表跟医生推荐的方法从纯专业的拜访变成聚会，从学术会议变成带金销售，医药代表需要了解医生表面上的需求，也需要去了解医生家里的需求，并且尽自我的努力满足医生的需求，帮忙医生解决烦恼，到达共赢。其实，医药代表的收入两极分化很严重，有的医药代表轻简便松有房有车，还有一笔不小的存款，有的医药代表甚至交不起房租。

总之了，期望社会能够正确地看待医药代表的价值，期望医药代表同仁们都能前途一片光明。大家能够去看看医药代表就业前景。

医药代表工作日志篇二

医药代表在我国的发展过程中,逐渐与最初角色期望产生偏离,向药品销售员、药品推销员等角色形象靠近,引发一系列社会问题。本文是本站小编为大家整理的医药代表工作计划范文,仅供参考。

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。
7. 参加一次市场部季度工作计划，深入学习公司的企业文化。
8. 汇总一次的档案，上报省区。

第2 / 3页

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。

本人20xx年x月x日接到市场业绩不太理想，当然这其中肯定有许多不足和需要改进、完善的地方，今年我将一如既往的按照公司的要求，在去年的基础上，本着“多沟通、多动脑、

多请教、多学习积极主动的开展工作，确立目标全面开展20xx年的工作，现制定工作计划如下：

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。

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。

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，为公司作出自己最大的贡献。

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

5、制定行动计划和相应的工作计划，并定期回顾

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

(1) 每月做目标医院、科室和医生的销售分析和计划

(2) 根据计划开展科室和医生的增量活动

(3) 根据计划拓展医院、科室和目标

五、市场及推广活动

1、及时认真和了解公司市场销售策略，如市场部活动季报等

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

- 1、熟练掌握公司产品知识，相关疾病知识和临床背景知识，与目标客户做专业的学术沟通
- 2、练习演讲技巧，独立组织小型学术会议
- 3、认真学习，熟练掌握每季度大型学术会议和科内会的主题和学术演讲资料
- 4、认真学习理解公司提供的q&a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、周会：递交周工作计划和总结，拜访行程等，及时反馈市场信息并积极参与讨论

2、月会、季度会：有数据支持及分析的业务回顾和工作计划

(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

医药代表工作日志篇三

几经选择、反反复复、投简历、层层面试下，终如愿以偿，成为一名默克公司的医药代表实习生。非常幸运，我所到的默克公司，所到的这个团队让我有不一样的感觉，遇到的每一位前辈给予我最真切的帮助，宽容我的过失，甚至不仅帮我改正，更给予鼓励。他们把我当作团队里面不可缺少的一部分，我自己也把自己当作团队的一员，真切地感受到其他人在工作上给予帮助而完成工作的快乐。这将是人生当中的一道亮丽的风景线，它给予了我多方面的知识，例如

人际交往、对待上司的应有态度、对本工作的态度。

在很多的公司考虑到自己不是医药背景的情况下，自己又努力在面试的时候表现自己，但还是屡屡失败，几番周折来到默克公司，在头一天几乎是同时收到默克与诺华诺德的面试通知，不过时间倒是没有冲突，但当我面试完默克公司的时候，出了电梯间，毫不犹豫的拒绝了诺华诺德的面试，因为默克公司对我的感觉不一样，娜姐、超哥对我的感觉不一样。当时还抱着默克就是自己最后一次面试了，自己再面试不上就好好的准备其他行业了，但到现在现实告诉了我，当初的选择是正确的，当初的感觉也是没有丝毫偏差。

对医药代表这个行业，自己在自己做出人生职业规划的时候就已经在自己起步的初期能够踏入这个行业，从中能够正确的去认识自己，锻炼自己，发挥自己潜在的价值，让自己能收益，所以当初想要选择一个让自己有成长性的公司。最初是从“医学信息沟通专员”这个词体会出，当初自己对这个行业的认识也只是与医生的人际关系做好仅此而已，可是到自己实习打现在发现，一切不是那么简单的。我稍微概括了一下“建立人际关系，发挥自身特长，传递产品信息，发掘一切客情。”自己是把自己当作一个正式代表去做，把超哥分给自己的客户作为一个小市场，这也是自己努力的最基础的。

一、客情

客户那里踏出了自己第一步，让自己再接下来的拜访打下基础。接着自己又明白了实习生要做的一点就是跟诊，所以自己再周一，周二，周三上午时常会出现在杨燕华老师门诊上，在周三整天也会在林家底门诊帮忙，同时也在观察其他代表的相处形式，学习其他优秀代表的优点，由于喜格迈的特殊情况，自己还兼任着带喜格迈病人去同康药房拿药的任务。这段时间自己规规矩矩的按照分给自己的客户的情况进行一一的客情拜访，也拉近了自身与客户之间的距离。也在中

自己的客户进行了分层。

二、学习

1、在日常，虽然和超哥见面学习的机会不是那么多，师傅领进门，修行在个人。自己也是每一次都抓住自己提问的机会，毕竟机会稍纵即逝，自己会在自己本子和手机上面写上最近的困惑的事情，有些是怎么去做一个正式代表，怎么去抓住客户的思想，有些都是很小的事情，但是自己还是要记下来，或许是一个重要的突破点。

2、在正常客情的跟进中，不乏有一些活动会议的邀请，在自己的客户中选择一些去邀请，第一次效果不是那么明显，大多数都是应付，思考了一下觉着还是自己的客情没有做熟的原因，在第二次邀请的时候自己抓住每次会议的重要主题，讲给客户听，抓住机会邀请，最终有些效果。

3、在进入公司的这段时间里，自己有空闲时间会看一些关于自己产品信息，产品说明书□ppt□竞品信息，清楚了两个产品的适应症、作用机制、主要不良反应、与竞品的区别；在每次会议自己也是进行会议内容的学习；在空暇时间会关注着身边的一些心血管信息，抓住一切有用的消息。

三、其他

1、在自己自身工作做好之后，会有些临时事情进行处理，例如：关注超哥注重关注的客户情况；跟着超哥进行日常工作的进行。

2、在这些工作做的同时，自己找时间把省医院、成都中医药大学附属医院的心内科、老干科、内分泌科、肾内科、的门诊排班情况；在几次夜访的努力下，清楚了省医院的心内科、老干科、肾内科、内分泌科、神经内科的医生构架已经管床情况。

3、一些琐碎的杂事。

四、工作进展

在近段时间近期目标——客户对自己面熟、知晓自己是什么产品，已经达到，有些客户也是对自己有认可，但这一阶段的结束，代表着要进入下一阶段，可是自己还在迷茫，下一阶段不知道从何做起，不知道自己突破口在哪，很迷惑。近段时间也想找其他人进行学习交流。在这里做个检讨，自己做的还是不够多，否则自己会有很多办法来面对这些问题的出现。

五、工作思想

“实践出真知”，通过实践，我懂得将工作中出现避免不了困难努力去克服。在这之中我还应提高我待人接物的能力，交流沟通能力，说服力，最重要的是，学会更好地适应社会，锻炼步入社会的能力，让自己做个自己想做人，对于现在慢慢改变的自己，自己很满意。

坚信未来我会很好的，因为我是一个脚踏实地的人，因为我是一个懂得珍惜机会的人。无论是什么样的机会我都会珍惜的，都会锻炼自己的。医药代表之路不好走，但是我要坚持走下去。相信自己有这个实力，有这个能力。努力学习，积极上进，勤奋创新，端正心态。加油，未来的路好长，人生的路更是不平凡，努力，成就不平凡的人生！

医药代表工作日志篇四

20xx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。20xx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大为烦琐，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。

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。

医药代表工作日志篇五

2、负责医院总机的管理工作。

3、负责所有来院客户和院外客户的咨询工作。

4、负责医院所有客户回访和满意度调查工作。

5、负责受理和调查处理客户投诉工作。

6、负责关爱卡的销售和管理工作。

8、完成总经理和院领导交办的其他工作。

在工作初始阶段，部分工作中出现的缺憾或不完善的方面，在医院领导的指导及同仁的协助下，基本得到了改善并起到

了较好的工作效果。

我个人的工作能力，也在不断完善的工作中得到了很大程度的提高。这个岗位上两个多月的工作经历，使我清楚的看到了在与客户接触的实际工作情况，为我日后的工作，打下了坚实的基础。

在投诉受理的工作过程中，我深深体会到了医院从起步推向稳定发展的不易。

一个新事物在一个城市中获得接受和支持，需要一个较长的磨合期和完善的的服务系统。在磨合期中，客户群必然会将各种各样的问题及矛盾反应到客户服务工作中，其中一部分的矛盾能否化解，在于受理投诉岗位人员的接待处理工作做的好坏。如果这个岗位做的好，就可以减轻医院所承受的一部分压力，使医院员工的精力能更多的投入到医疗项目的巩固、扩展工作中；反之，如果这个岗位做的不理想，不仅会在与客户的交流中破坏医院的形象及声誉，也会浪费许多人力物力，分散攻坚力量，对医院的顺利发展造成本可避免的延缓。