

最新医药代表工作计划规划(优秀9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。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

医药代表工作计划规划篇一

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，完成中医住院病区和标准化中药房建设；

（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。

医药代表工作计划规划篇二

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xxx和xxx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相结合。

1□xxxx

xxx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□xxxx

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xxxx地方。还有就是当地的商业企业一定要看紧，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xxxx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。

医药代表工作计划规划篇三

一、目前医药市场分析：

现今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。

在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。

二、营销手段的分析：

在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：

到现在为止，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。

在管理上要绝对公平和公正、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。

我们根据以上实际情况，为了保证企业的健康发展、充分发挥各智能部门的能动性、提高销售代表对企业的依赖性和忠实度，对年工作做出如下计划和安排：

一、市场拓展和网络建设：

目前市场基本上实现了布点的完成工作，通过近半年的彼此磨合与考察，对目前所有人员的资性程度应该得到认可，为了绝对回避风险，企业应该确定其管理的主要地位，然后适当进行必要的诱导和支持，进行市场的拓展和网络建设工作，具体要求如下：

二、营销计划：

根据目前市场情况，应该确立以目前地区经理为主要负责人、网络拓展的基础的整体思想，仍然将市场定位在otc及农村市场上，必须加强对市场网络组建的要求，保障点面的结合工作。

2、在8月底前，要求全部代表进行必要的招商、招聘工作，要求在当地招聘，费用控制在内，公司用货物支持，对不能配合的地区经理资格。对招商商业成功的地区实行奖励，凡新开发的地区，一次性销售5件以上，给予1件的奖励。

四、管理建议

公司应该形成规范的管理，绝对避免给业务员造成管理混乱、动荡的错觉，明确一切销售活动都是为公司发展的观念，树立管理者的威信，明确目前是市场开发阶段，业务员并非能赚取多少利润的现状，让业务员全心投入；指定公司以otc会议推广销售的网络组建模式，再实现适当的微调，而不是放任自流。

我们要求公司做好如下的工作：

一、目标明确：

所有销售都是为公司服务，所有员工都是企业的资源，销售活动是为企业发展服务。无论销售公司的什么产品，都是属于公司。而全部的网络、人员本身就是公司的资源，应该充分利用此资源，进行整体营销售及管理。

二、分工仔细：

既然已经成立了营销售中心，应该将整个业务转移到，所有合同的管理、合同的审查、货款的催收、商业档案收集及管理、发货的确定等等，乐山只能作为特殊合同的审批、和后勤保障工作。

没有哪个企业销售中心根本不知道详细的发货情况、销售情况、回款情况的，这无论对市场的信息反馈还是市场控制都不利，营销中心对市场的决策主要信息来源为各种销售数据，如果失去这些数据，营销中心失去意义。

因此，具体要求为：

1、的智能：

负责全部的销售工作，乐山应该将全部的信息反馈直接转交到，进行必要的信息处理，而不是出现许多乐山事先进行处理、处理不下来后再让处理的局面，让业务员失去对企业的信任度。

2、乐山的智能：

要提供每天的销售信息，发货、回款信息，应该严格管理，对重大合同实现审批。只能作为后勤保障和问题的最终决断处理。

三、具体的要与安排：

- 1、召开一次全国地区经理会议，规定统一的市场运做模式，加强业务员对企业的信心，提高对企业的凝聚能力。
- 2、要求对市场进行细分、进行招商、招聘，费用有公司采取用药品冲抵的方法，减少公司现金的支出。
- 3、继续加大对市场的保护，要求统一销售价格。加大对市场的支持力度。
- 4、加强对合同和商业的管理。

医药代表工作计划规划篇四

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×××和×××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×××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20××年的

工作中首先要改进的。

20××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□××××

×××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×××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□××××

×××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□××××

×××地区距离沈阳较近，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×××还有就是××××地方。还有就是当地的商业企业一定要看紧，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□×××

属于×××区域，此区域有一些品种要及其的注意，因为是属于×××的品种，但是我会尽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，走不过去的茨。

- 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。

医药代表工作计划规划篇五

作为医药销售代表，我的工作计划如下：

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**的名字
 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。
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。
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。
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。
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。

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。

医药代表工作计划规划篇六

在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地，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。

在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。

到现在为止，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。

在管理上要绝对公平和公正、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。

我们根据以上实际情况，为了保证企业的健康发展、充分发挥各智能部门的能动性、提高销售代表对企业的依赖性和忠实度，对年工作做出如下计划和安排：

目前市场基本上实现了布点的完成工作，通过近半年的彼此磨合与考察，对目前所有人员的资性程度应该得到认可，为了绝对回避风险，企业应该确定其管理的主要地位，然后适当进行必要的诱导和支持，进行市场的拓展和网络建设工作，具体要求如下：

根据目前市场情况，应该确立以目前地区经理为主要负责人、网络拓展的基础的整体思想，仍然将市场定位在otc及农村市场上，必须加强对市场网络组建的要求，保障点面的结合工作。

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。

2、在8月底前，要求全部代表进行必要的招商、招聘工作，要求在当地招聘，费用控制在xx内，公司用货物支持，对不能配合的地区经理资格。对招商业成功的地区实行奖励，凡新开发的地区，一次性销售5件以上，给予1件的奖励。

公司应该形成规范的管理，绝对避免给业务员造成管理混乱、动荡的错觉，明确一切销售活动都是为公司发展的观念，树立管理者的威信，明确目前是市场开发阶段，业务员并非能赚取多少利润的现状，让业务员全心投入；指定公司以otc会议推广销售的网络组建模式，再实现适当的微调，而不是放任自流。

我们要求公司做好如下的工作：

所有销售都是为公司服务，所有员工都是企业的资源，销售

活动是为企业发展服务。无论销售公司的什么产品，都是属于公司。而全部的网络、人员本身就是公司的资源，应该充分利用此资源，进行整体营销及管理。

既然已经成立了营销中心，应该将整个业务转移到，所有合同的管理、合同的审查、货款的催收、商业档案收集及管理、发货的确定等等，乐山只能作为特殊合同的审批、和后勤保障工作。

没有哪个企业销售中心根本不知道详细的发货情况、销售情况、回款情况的，这无论对市场的信息反馈还是市场控制都不利，营销中心对市场的决策主要信息来源为各种销售数据，如果失去这些数据，营销中心失去意义。

- 1、召开一次全国地区经理会议，规定统一的市场运做模式，加强业务员对企业的信心，提高对企业的凝聚能力。

- 2、要求对市场进行细分、进行招商、招聘，费用有公司采取用药品冲抵的方法，减少公司现金的支出。

- 3、继续加大对市场的保护，要求统一销售价格。加大对市场的支持力度。

- 4、加强对合同和商业的管理。

- 1、早上用十分钟鼓舞自己，增强自信

- 2、用十分钟做户外活动

- 3、细化一次当天的工作

- 4、参加一次鼓舞式的晨会

- 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
- 7、在医生上班时，以每位客户朋友礼仪性的问候一次
- 8、到xx站，查看一次住院病人的情况
- 9、同xx沟通交流了解一次用药的情况
- 10、查房后，与自己的目标医生沟通一次
- 11、给医生或xx帮一次忙
- 12、拜访一位目标医生看能否约好外出活动一次
- 13、中午给值班医生或xx买一份快餐或水果
- 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
- 17、参加一次找差距式的业务沟通会
- 18、汇报一次工作并提出需要解决的问题
- 19、夜访一次值班医生以增进感情
- 20、熟记一个医生或xx的名字
- 21、认真填写一次工作日志
- 22、计划一下明天的工作
- 23、给一个医生通一次电话或发条短信

- 24、看一份报纸或新闻杂志
- 25、给家人和朋友通一次电话
- 26、听一段音乐或唱首歌放松自己
- 27、睡前二十分钟，找出当天工作中的不足

- 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xx做朋友。
- 5、收集一次疗效显著的
- 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xx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。
- 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。
- 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。
 - 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。
- 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。
- 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。

医药代表工作计划规划篇七

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。

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。

医药代表工作计划规划篇八

- (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

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

1、拜访计划：按不同级别的客户设定拜访频率，按照工作计划制定每月工作重点和每月、每周拜访计划

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

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

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

医药代表工作计划规划篇九

作为医药销售代表，我的工作计划如下：

- 1、细化一次当天的工作
- 2、整理一次所需的资料礼品等
- 3、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
- 4、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：

- 1、请一个医生吃饭或喝茶聊天。
- 2、了解一个医生的性格爱好及家人情况。
- 3、了解一个医生的社会关系。
- 4、夜访一次值班医生以增进感情。
- 5、熟记一个医生或护士的名字。
- 6、认真填写一次工作日志。

- 7、遇到节假日或天气变化以短信形式或电话问候。
 - 8、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。
 - 9、拜访一位目标医生看能否约好外出活动一次。
 - 10、汇报一次工作并提出需要解决的问题。
 - 11、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。
- 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、交一个医生或护士做朋友。
 - 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、给医生或护士发一次祝福‘周末愉快’的短信。
 - 19、积极主动清理一次集体和个人卫生。
- 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。
- 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。
 - 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。

- 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。

- 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。