

商业医药公司业务员承诺书(精选5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

商业医药公司业务员承诺书篇一

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。

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) 加快品类管理工作。

1、以品类管理为核心，进行品种的清理、淘汰和补充，完善经营品种目录，并通过品类对品种进行细。继续指导、督促柜组的产品的引进和销售工作，进行品种结构的调整和品规的补充。

2、加快滞销品种的库存消化。目前库存偏大，需要制定促销策略，力争基本消化完。

3、继续完善现有品种。继续对现有商品进行的清理与分类，不断完善和补充，商品的购进、铺货、培训工作和制定销售措施，指导柜组经营和采购保障工作。

4、规划重点商品的销售工作，建立激励机制，拉动重点商品上量工作，提高盈利能力。提高各柜组商品的销售占比。

5、增加精制饮片、土杂品、药酒、中药保健食品等品规的引进，丰富经营品类。

(二) 团购销售。

转变思想，变坐商为行商，督促和指导各柜组完成柜组团购销售，加大对企业事单位的联系工作，力争全面完成公司下达的团购销售任务。

(三) 培训工作。

(四) 促销活动。

(1) 积极利用厂家资源进社区宣传活动，推进社区服务活动；开展会员积分兑换礼品活动，吸引和稳定会员；争取专人负责

免费检测活动，增加服务项目和水平。

(2) 策划中秋活动、国庆活动、元旦活动。

(3) 创新活动方式，建议适当加大在市场促销费用投入，扩大宣传效应。

(4) 重点品种促销活动。要继续加快调整和补充品种，继续实施低价策略，社区活动。继续围绕医保顾客有针对性促销活动(产品的满足度和服务方面)，不断拉回流失的会员。要突出当前减肥、时尚、美颜等时尚产品，优化品种，继续确保增长势头。

(五) 基础管理：

(1) 强化柜组效期商品管理，要从计划开始加强日常管理，减少商品损失。

(2) 加强销售分析对经营的指导作用，重点是每月做好销售分析、效益分析和品种分析

(3) 加强信息系统应用，努力使门店在赠品管理、库存结构管理、销售分析、绩效考核等工作得以较大提高。

(4) 坚持价格调查小组，定期反馈市场信息，及时处理以应对市场变化，防止减少利润损失和客流量的减少。

(1) 与目标医院的药剂科、采购、库管、药房组长建立良好的合作关系，确保公司产品在医院内渠道畅通。

(2) 与目标医院内的相关学术带头人建立良好关系，获得学术支持，了解客户学术专长，与公司共同培养学术讲者。

(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。

商业医药公司业务员承诺书篇二

为了切实抓好食品药品终端消费领域安全，根据市政府，市药监局有管文件精神，经乡党委会议研究决定制定我乡20__年食品药品安全工作年度计划，现印发给你们，请结合实际，认真贯彻执行：

一、总体目标

深入贯彻党的、十八届三精神，认真落实国家、省、市食品药品安全工作会议作出的一系列部署，围绕民生建设、项目建设、效能建设三项重点工作，坚持以统领全局，加强安全隐患治理，突出环节监管责任，强化乡村工作基础，整体提升服务水平，切实保障全乡人民群众饮食用药安全。

二、工作任务

1、建立层级负责制。认真贯彻国家、省、市食品药品安全工作会议精神，坚持统分结合，实行党委、政府统一领导，综

合协调乡、村分级负责，各部门分工负责，一级抓一级、一级对一级的领导体制，认真制订食品药品安全工作计划，层层分解目标任务，与各村签订食品药品安全工作责任书，明确各村的主要负责人为第一责任人，对食品药品安全工作负总责。并对各村制订考核细则，做到工作明确，任务明确，责任明确，奖惩明确。

2、认真做好宣传教育工作。通过乡村宣传栏、板报、标语、宣传资料等载体，围绕食品药品安全、科学用药、安全用药等主题经常性地对广大群众开展宣传教育活动，组织学校对学生进行食品药品安全的科普教育，为我乡食品药品安全工作健康发展打下坚实基础。

3、加大对饭店、排挡、小吃部的巡查力度。加快食品流通速度，有效改善农村食品终端消费市场，创建食品药品安全示范店，对已达标的饭店、排挡、小吃部进行授牌，对未达标的店面进行检查和重新申报。

4、加强农村家庭宴席管理。为有效防范和大幅度减少农户自办酒席造成的食源性中毒事故，开展农户自办酒席、民间厨师档案登记工作，对民间厨师集中、经常性健康体检和卫生知识培训，加强对农户自办宴席和家庭厨师的管理，备案登记和上门指导率不低于95%。

5、积极创建食品药品安全村安全乡。结合本乡及各村实际情况，对照创建标准，制定周密可行的工作方案，做到任务明确，措施到位，人员到位，确保创建顺利开展，确保年内90%以上的村创建成食品药品安全村，确保本乡创建成食品药品安全乡。

6、定期举行会议和培训。定期召开各村食品药品协管员信息员会议，听取有关方面汇报，了解工作贯彻落实情况并检查工作进展，及时协调解决食品药品安全工作中的问题。定期

开展对食品药品协管员、信息员的专业培训，全年不少于4次。督促各村信息员对照台账要求做好基础台账和工作台账工作。

7、建立健全沟通联系和村民村民自办宴席主动申报机制。组织各村对辖区内食品药品经营单位和民间厨师、村民自办宴席聚餐充分调查摸底，做好基础台帐和工作台帐，完善信息报送制度。

8、开展节日巡查和各项专项整治活动。认真组织乡食品药品安全办公室全体人员、村协管员和信息员等人员对源头污染、餐饮行业、农家宴、学生饮食定期开展专项整治活动，突出整治重点，针对容易出现的问题加大整治力度，确保整治效果。

三、工作安排

1月开展“春节期间”食品安全巡查工作，对违法添加和滥用食品添加剂进行专项整治

4月开展专项整治活动，与各街道、行政村、生产企业经营户签订工作责任书；开展“地沟油”专项整治活动。

5月部署餐饮业专项整治活动，开展“五一”黄金周食品药品宣传工作

6月做好公共安全协管员、信息员、生产企业经营户培训工作。

8月大力开展食品药品宣传工作，开展夏季餐饮业专项整治活动

9月做好上半年食品安全检查工作，对各街道、行政村食品

药品安全工作进行乡内自查，组织食品药品协管员信息员专业培训活动

10月组织食品药品安全国庆宣传活动，检查各村居基础台帐和工作台帐

11月查漏补缺并组织考核

12月迎接上级对食品药品安全工作的检查，全面总结本年度工作

综上所述，在新的一年里，我乡将以新的姿态切实做好食品药品安全工作，在工作中力求新的亮点、新的思路、新的方法、新的创意、新的举措、新的成绩，全面提升食品药品工作水平，为确保全乡人民饮食用药安全、建设幸福美好头台做出新的更大贡献。

商业医药公司业务员承诺书篇三

目前，天下都正在进行着医疗药品行业的整改阶段，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。我们要在整改以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，各地区的医疗药品公司以及零售企业较多，但我们应该有一个明确的成长方向。现在是各医疗药品公司对待新产品上，不是炎热中。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，医疗药品行业的弊端就在于市场上同类以及同品种药品价格比力混乱，各地区没有一个统一的销售价格，同样是炎虎宁各地区的以及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事情。使一些本来是忠诚的客户对公司掉去了决定信念，认同感以及依赖性。

以前各地区之间穿插，各自做各自的医疗业务，医疗业务员对相连的区域销售情况不是很了解，势必会对自己或者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，利润以及销货数量是成正比的，也就是说销量以及利润是息息相关。

二、20__年岁情计划

总结这一年，可以说是自己的学习阶段，是x以及x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，在这搭道一声谢谢。

自从做医疗业务以来负责x以及x地区，可以说x以及x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。包括以及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20__年的事情中首先要革新的。

20__年，新的开端□x既然把x□x□x□x五个大的销售区域交到我的手上也可以看出x以及x下了很大的决心，因为这些地区都是我们的按照地，为我们公司的成长打下了坚实的基础。

三、对下一年岁情的设法：

- 1、对于老客户，以及固定客户，要时常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或者宴宴客户，好稳定与客户瓜葛。

2、在拥有老客户的同时还要不停从各种媒体获得更多客户信息，包括货站的基本信息。

3、要有好业绩就得增强医疗业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学医疗业务与交流技术向结合。

四、各地区的综合情况

1□x地区商业公司较多，都是一些较大的具备潜在力量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x的大力帮助。帮我维护好这些客户资源在一点几点的转接过来。

2□x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。我应该时常的在当地的货站，药店等周边找寻新的客户资源，争夺把各地区的客户资源都超过百名以上。

3□x地区距离沈阳较进，物价相对来说较低，只有时常的以及老客户沟通，才知道现有的商品牌价。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x□还有就是x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x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动手才能为自己的区域多添加新鲜的血液。

5□x属于x区域，此区域有一些品种要及其的注意，因为是属于x的品种，但是我会尽最大的能力去开发新的客户资源，虽说这个地区欠好跑，但是我也一定要拿下。没有翻不过去的

墙，走不过去的坎。

结合以上的设法，下面是我今年对自己的要求：

- 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，看看自己有哪些事情上的掉误，及时改正下次不要再犯。并及时与内部工作人员沟通，得到单位的最新情况以及政策上的支持。
- 3、见客户以前要多了解客户的状况以及需求，再做好准备事情才可能不会丢掉这个客户。
- 4、对所有客户的都要有一个很好的事情态度，但是对有一些客户提出的无理要求上，决不克不及在低三下气。要为公司树立良好的企业形象。
- 5、客户遇到疑难题目，不克不及充耳不闻一定要尽一力帮助他们解决。要先做人再做事，让客户相信我们的事情实力，才能更好的完成使命。
- 6、要对公司以及自己有足够的决定信念。拥有健康、乐观、积极向上的事情态度，这样才能更好的完成整年使命。
- 7、与其他地区医疗业务以及内部工作人员进行交流，有团队意识，这样才能更好的了解最新的产品情况以及他们方式方法。才能不停增长医疗业务技术。

以上就是我这一年的事情计划，事情中总会有各种各样的困难，我会向带领请示，向其他的医疗业务员探讨，以及研究客户心里，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。

商业医药公司业务员承诺书篇四

上半年的主要完成的重点：

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矗。

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90%以上。

__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。

目前市场分析：

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。

商业医药公司业务员承诺书篇五

20__年,我们将医药销售市场打开新的思路,在保证医药品安全合格的基础上,罗列出以下销售计划和目标。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:

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。

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：

- 1、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。
- 2、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。
- 3、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。
- 4、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20__年工作做出如下药品销售工作计划和安排。