

<<药品经销企业规范化管理全书>>

图书基本信息

书名：<<药品经销企业规范化管理全书>>

13位ISBN编号：9787115178893

10位ISBN编号：7115178895

出版时间：2008-6

出版时间：人民邮电出版社

作者：潘振玲

页数：520

字数：561000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<药品经销企业规范化管理全书>>

内容概要

面对GSP认证体系的相关规定,广大药品经销企业都面临一个难题,那就是如何进行规范化的管理。

本书是药品经销企业可以参照执行的规范化管理手册,包括了目前我国医药企业发展概况,医药经销企业的组织结构设计,医药经销企业各部门的职能分解,医药经销企业的职位设置,医药经销企业职位说明书的编制,医药经销企业的目标管理,医药经销企业的销售渠道管理,医药经销企业的绩效考核,医药经销企业存货流动与月末盘点,医药经销企业的统计报表管理,柜台销售流程及管理,医药经销企业薪酬管理体系的设计,医药经销企业的人员管理、员工培训,医药经销企业的日常管理、促销方略等。

本书内容全面、实用,可以有效地帮助读者解决企业规范化管理中的各种问题。

本书适合药品经销行业的从业人员及医药行业咨询师学习、使用。

<<药品经销企业规范化管理全书>>

作者简介

潘振玲，1974年9月出生，毕业于哈尔滨理工大学计算机系，企业人力资源管理师二级、会计师，现任某公司人力资源总监。

作者从1997年7月毕业至今，一直在药品生产和经销企业从事药品销售及企业人力资源管理工作。

<<药品经销企业规范化管理全书>>

书籍目录

第一篇 药品经销企业规范化管理 第一章 药品经销企业分类 第一节 我国目前药品经销企业的概况 一、我国药品经销企业近年的变革 二、药品经销企业的市场地位 三、药品经销企业规范化管理的外在环境 第二节 药品经销企业的分类和共同点 一、药品经销企业的分类 二、药品经销企业的共同点 第三节 药品批发企业的定义、要求和特点 一、药品批发企业的定义 二、药品批发企业的要求 三、药品批发企业的特点 第四节 药品零售连锁企业的定义、要求和特点 一、药品零售连锁企业的定义 二、药品零售连锁企业的要求 三、药品零售连锁企业的特点 第五节 药品零售企业的定义、要求和特点 一、药品零售企业的定义 二、药品零售企业的要求 三、药品零售企业的特点 第六节 药品经销企业的发展趋势及特点 一、药品经销企业的发展趋势 二、现阶段药品经销企业的发展特点 第七节 药品经销企业的销售方式、程序、管理重点、柜台摆放 一、销售方式 二、销售程序 三、管理重点 四、柜台的摆放与销售 第二章 药品经销企业各部门的职能分解 第一节 职能分解的概念和部门间的职能划分 一、职能分解 二、各部门间的职能划分 三、销售企业与上游生产企业的职能划分 第二节 职能分解的基本要求及原则 一、职能分解的基本要求 二、职能分解的原则 第三节 职能的分解与组合 一、职能调查与职能识别 二、职能分解与组合 第四节 怎样编制职能分解表 一、编制职能分解表 二、怎样划分一级、二级、三级职能 三、药品经销企业的职能分解示范表 第三章 药品经销企业的职位设置 第一节 职位设计的概念和必要性 一、职位设计的概念 二、职位设计的必要性 第二节 职位设置的基本原则 一、职位设置的概念 二、职位的分类 三、职位设置的基本原则 四、职位设置时应注意的问题 五、执行各岗位职责时的注意事项 六、各部门间联系 第三节 职位设计流程 一、职位调查的概念 二、职位调查的前提 三、职位调查的方法 四、职位设计的流程 第四节 职能设置的操作方法 一、职能设置的操作方法 二、某药品批发零售企业职位设置总表 第四章 药品经销企业的职位说明书 第一节 编写职位说明书的基本工作 一、职位说明书的概念 二、编写职位说明书要以部门职能分解为基础 三、职位说明书的作用 第二节 职位说明书的内容与编制方法 一、职位名称和上下级关系 二、任职资格与条件 三、职位目的 四、企业内外沟通关系 五、职责范围 六、责任程度 七、达标要求与建议考核内容 第三节 职位说明书编制中应注意的问题 一、职位描述和组织结构设计、职能分解、职位设置的一致性和衔接性 二、任职条件中的学历、经验等条件要掌握适度 三、职责划分要清晰 第四节 职位说明书的应用 一、各部门职能 二、职位说明书实例 第五章 药品经销企业的目标管理 第一节 目标管理概念与药品经销企业目标管理的现状 一、目标管理概念 二、我国药品经销企业目标管理现状 三、药品经销企业目标管理流程 第二节 目标管理的意义与应注意的问题 一、目标管理的意义 二、目标管理的缺陷 三、目标管理的原则 四、药品经销企业在实施目标管理中应注意的问题 第三节 目标体系的确定与目标分解 一、药品经销企业目标管理落实的层次 二、目标确定的要求 三、目标分解及其过程 四、企业管理目标案例 第四节 目标管理的过程控制与考核 一、目标追踪项目 二、目标执行中各种问题的处理 三、目标管理与绩效考核的关系 第五节 新型药品经销企业各部门应达到的目标 一、新型药品经销企业各部门应达到的目标 二、各部门目标的分解示例 第六章 药品经销企业的绩效考核 第一节 如何建立绩效考核指标体系 一、什么是绩效考核 二、绩效考核的作用 三、建立绩效考核体系的原则 四、绩效考核指标体系的内容 第二节 关键业绩指标的确定 一、什么是关键业绩指标 二、关键业绩指标的确定原则 第三节 绩效考核的实施与操作 一、绩效考核中的技术 二、绩效考核的步骤 三、考核对象的确定与分类 四、什么是绩效考核标准 五、绩

<<药品经销企业规范化管理全书>>

效考核主持人的确定与培训	六、实施绩效考核的大步骤	七、考核后的面谈
八、考核结果的处理	第四节 最新考核方法——分级计分法	一、分级计分法简介
二、分级计分法的测评分析	三、分级计分法与企业战略管理	四、构建企业内部
经营各项指标	五、分级计分法的流程	六、分级计分法在某企业的实施
第五节 药品经销企业新型绩效考核体系的设计	一、总额量化指标	二、考核量化指标
三、考核表的制作流程	四、绩效考核表范例	第六节 以管理制度为基础的考核方
法	一、操作要点	二、考核案例
法	一、方法简述	二、考核案例
度	二、OEC考核案例	第九节 现代企业绩效监控模式
二、录像监控系统	三、公司物品自动报警系统	四、密码设定和文件审批系统
五、专人专业处理系统	第七章 药品经销企业存货流动与月末盘点	第一节 药品经
销企业存货流动的概念及特点	一、药品经销企业存货流动的概念	二、药品经销企业
存货流动的特点	第二节 药品经销企业存货流动的程序及各环节管理	一、药品经销企业
企业存货流动的程序	二、进货	三、新货入库程序
药品经销企业存货流动涉及的其他部门的工作	四、出库流程	五、
重要位置	六、药品经销企业存货流转中涉及的环节及其	八、药品经销企业存货流动的管
理方式	七、药品经销企业存货流动中的管理目标	八、药品经销企业存货流动的管
第三节 存货的流动	一、存货流动的起因	二、进货时提计划
三、组织进货	第四节 进销存管理	一、进销存管理的定义
解决的问题	三、进销存管理目标	四、进销存管理方式
的分类	六、进销存管理制度案例	第五节 进销存安全预警制度
一、盘点的定义	二、盘点的类别	三、盘点录入方式
五、月盘点	第七节 药品经销企业进销存质量管理的GSP认证案例	第八章 药品经
销企业的统计报表管理	第一节 进销存管理系统	一、进销存电脑管理系统功能简介
二、各功能模块简介	第二节 电脑进销存管理	一、电脑入库程序
电脑出库程序	三、电脑销售	第三节 查询和统计报表
二、电脑统计报表	三、电脑库存预警	四、电脑管理系统优势
及盘点	一、破损库	二、盘点
第一节 概述	一、薪酬定义	二、薪酬与员工行为的关系
——公平理论	四、薪酬体系的影响因素	五、企业薪酬体系的制定程序
药品经销企业岗位分类法	一、划分职门	二、划分岗级
第三节 人态薪酬	一、年龄工资	二、工龄工资
、经历工资	第四节 绩效薪酬	第五节 薪酬制度的设计及案例
二、企业以效益规划的角度进行成本控制	三、绩效薪酬与效益薪酬的区别	四
、某企业行政部薪酬设计案例	第六节 其他薪酬福利方式	一、年薪制
福利住房	三、岗位津贴、出差补助	四、带薪休假、旅游
六、晋升	第十章 员工培训	第一节 培训简述
、员工培训的分类	三、培训工作的实施	四、培训流程
的培训	一、企业文化培训	二、新员工入职培训
第三节 培训效果	一、培训制度建设	二、培训考核
四、培训的组织和监督工作	第四节 企业培训计划、考核及制度案例	一、培训
计划	二、培训期间管理制度	三、培训的类别及其具体规定
度、培训考核试题及培训考核表	第十一章 销售业务员的管理	第一节 业务员的工作内容
一、销售合作	二、销售	三、存货管理
培训	第二节 业务员的素质	一、资质证书
力	第三节 业务员考核	第四节 营销业务员的销售技巧训练
作准备技巧	二、营销业务员需要具备的个人素质	三、营销业务员需要不断完善并提
高的技能	第十二章 企业文化及优秀企业管理名言	第一节 企业文化的内涵

<<药品经销企业规范化管理全书>>

企业文化的定义	二、企业文化的功能	三、企业文化的价值和意义	四、职业道德与企业文化的关系
第一节 各部门流程	第二节 优秀企业管理名言	第十三章 药品经销企业的日常管理	第一节 各部门流程
一、采购	一、药品经销企业的流程图	二、流程描述	一、采购
二、仓储	二、销售收款时的资金收入	三、其他资金资产的流动管理	二、仓储
三、销售	一、企划部、售后部的信息传播	二、药管部、调研部信息传入	三、销售
三、其他资金资产的流动管理	一、岗位设置	二、人员的招录	三、其他资金资产的流动管理
第四节 信息管理	二、考勤	三、考核	第四节 信息管理
第五节 人岗管理	七、人事档案保险等	第六节 公司公用设施的管理	第五节 人岗管理
四、培训	一、办公环境管理、办公用品管理	二、卫生管理	四、培训
五、工资	二、食堂管理	三、行政管理	五、工资
六、考勤	五、宿舍管理	六、车辆管理	六、考勤
七、人事档案保险等	六、车辆管理	七、保卫管理	七、人事档案保险等
第六节 公司公用设施的管理	九、档案管理	十、会议管理	第六节 公司公用设施的管理
一、办公环境管理、办公用品管理	十、会议管理	十一、外联接待	一、办公环境管理、办公用品管理
二、卫生管理	十一、外联接待	第二篇	二、卫生管理
三、行政管理	第二篇	药品批发企业规范化管理	三、行政管理
四、食堂管理	第十四章 药品批发企业的组织结构	第一节 药品批发企业组织结构设计的概念	四、食堂管理
五、宿舍管理	一、药品批发企业组织与组织结构的定义	二、药品批发企业组织结构设计的要点	五、宿舍管理
六、车辆管理	三、药品批发企业深层挖掘,不断巩固的管理模式	三、药品批发企业组织设计中应注意的问题	六、车辆管理
七、保卫管理	第二节 药品批发企业组织结构的主要形式	一、直线型组织结构	七、保卫管理
八、物业管理	一、直线型组织结构	二、直线职能型组织机构	八、物业管理
九、档案管理	二、直线职能型组织机构	三、事业部型组织结构	九、档案管理
十、会议管理	三、事业部型组织结构	四、矩阵型组织结构	十、会议管理
十一、外联接待	第三节 药品批发企业主要职能部门的设置	一、公司的管理层次	十一、外联接待
第二篇	一、公司的管理层次	二、与各层次相应的管理结构的设置	第二篇
药品批发企业规范化管理	二、与各层次相应的管理结构的设置	第四节 药品批发企业辅助职能部门的设置	药品批发企业规范化管理
第一节 药品批发企业组织结构设计的概念	第四节 药品批发企业辅助职能部门的设置	一、辅助职能部门的设置	第一节 药品批发企业组织结构设计的概念
二、药品批发企业组织结构设计的要点	一、辅助职能部门的设置	二、确定各部门间的协调关系	二、药品批发企业组织结构设计的要点
三、药品批发企业组织设计中应注意的问题	二、确定各部门间的协调关系	第五节 药品批发企业组织结构设计的实例	三、药品批发企业组织设计中应注意的问题
一、直线型组织结构	第五节 药品批发企业组织结构设计的实例	一、结构设计应考虑的因素	一、直线型组织结构
二、直线职能型组织机构	一、结构设计应考虑的因素	二、××药品批发企业组织结构设计的实例	二、直线职能型组织机构
三、事业部型组织结构	二、××药品批发企业组织结构设计的实例	第十五章 药品批发企业的销售渠道管理	三、事业部型组织结构
四、矩阵型组织结构	第十五章 药品批发企业的销售渠道管理	第一节 销售管理的内容	四、矩阵型组织结构
第一节 药品批发企业主要职能部门的设置	第一节 销售管理的内容	一、销售经理的工作内容	第一节 药品批发企业主要职能部门的设置
一、公司的管理层次	一、销售经理的工作内容	二、业务员的工作内容	一、公司的管理层次
二、与各层次相应的管理结构的设置	二、业务员的工作内容	第二节 药品批发企业的销售渠道	二、与各层次相应的管理结构的设置
第四节 药品批发企业辅助职能部门的设置	第二节 药品批发企业的销售渠道	一、代理销售渠道	第四节 药品批发企业辅助职能部门的设置
一、辅助职能部门的设置	一、代理销售渠道	二、分销商销售	一、辅助职能部门的设置
二、确定各部门间的协调关系	二、分销商销售	三、药房、商超、诊所的走货(俗称“放货”)	二、确定各部门间的协调关系
第五节 药品批发企业组织结构设计的实例	三、药房、商超、诊所的走货(俗称“放货”)	四、直接面对终端用户销售	第五节 药品批发企业组织结构设计的实例
一、结构设计应考虑的因素	四、直接面对终端用户销售	五、电话销售	一、结构设计应考虑的因素
二、××药品批发企业组织结构设计的实例	五、电话销售	六、招商销售	二、××药品批发企业组织结构设计的实例
第十五章 药品批发企业的销售渠道管理	六、招商销售	第三节 药品批发企业渠道销售的要点	第十五章 药品批发企业的销售渠道管理
第一节 销售管理的内容	第三节 药品批发企业渠道销售的要点	第三篇 药品零售连锁企业规范化管理	第一节 销售管理的内容
一、销售经理的工作内容	第三篇 药品零售连锁企业规范化管理	第十六章 药品零售连锁企业的组织结构	一、销售经理的工作内容
二、业务员的工作内容	第十六章 药品零售连锁企业的组织结构	第一节 药品零售连锁企业组织结构设计的概念	二、业务员的工作内容
第二节 药品批发企业的销售渠道	第一节 药品零售连锁企业组织结构设计的概念	一、药品零售连锁企业组织结构设计的概念	第二节 药品批发企业的销售渠道
一、代理销售渠道	一、药品零售连锁企业组织结构设计的概念	二、药品零售连锁企业存在的历史趋势	一、代理销售渠道
二、分销商销售	二、药品零售连锁企业存在的历史趋势	三、药品零售连锁企业的组建方式	二、分销商销售
三、药房、商超、诊所的走货(俗称“放货”)	三、药品零售连锁企业的组建方式	四、组织结构变革与组织结构	三、药房、商超、诊所的走货(俗称“放货”)
四、直接面对终端用户销售	四、组织结构变革与组织结构	五、药品连锁企业组织结构设计中应注意的问题	四、直接面对终端用户销售
五、电话销售	五、药品连锁企业组织结构设计中应注意的问题	第二节 药品零售连锁企业组织结构的主要形式	五、电话销售
六、招商销售	第二节 药品零售连锁企业组织结构的主要形式	一、直线型组织结构	六、招商销售
第三节 药品批发企业渠道销售的要点	一、直线型组织结构	二、直线职能型组织结构	第三节 药品批发企业渠道销售的要点
第三篇 药品零售连锁企业规范化管理	二、直线职能型组织结构	三、事业部制的组织结构	第三篇 药品零售连锁企业规范化管理
第十六章 药品零售连锁企业的组织结构	三、事业部制的组织结构	四、矩阵型的组织结构	第十六章 药品零售连锁企业的组织结构
第一节 药品零售连锁企业组织结构设计的概念	四、矩阵型的组织结构	第三节 药品零售连锁企业主要职能部门的设置	第一节 药品零售连锁企业组织结构设计的概念
一、药品零售连锁企业组织结构设计的概念	第三节 药品零售连锁企业主要职能部门的设置	一、确定企业的管理层次与管理幅度	一、药品零售连锁企业组织结构设计的概念
二、药品零售连锁企业存在的历史趋势	一、确定企业的管理层次与管理幅度	二、企业主要职能部门的设置	二、药品零售连锁企业存在的历史趋势
三、药品零售连锁企业的组建方式	二、企业主要职能部门的设置	第四节 药品零售连锁企业辅助职能部门的设置	三、药品零售连锁企业的组建方式
四、组织结构变革与组织结构	第四节 药品零售连锁企业辅助职能部门的设置	一、辅助职能部门的简述	四、组织结构变革与组织结构
五、药品连锁企业组织结构设计中应注意的问题	一、辅助职能部门的简述	二、辅助职能部门的作用	五、药品连锁企业组织结构设计中应注意的问题
第二节 药品零售连锁企业组织结构的主要形式	二、辅助职能部门的作用	三、连锁企业各部门的关系	第二节 药品零售连锁企业组织结构的主要形式
一、直线型组织结构	三、连锁企业各部门的关系	第五节 药品零售连锁企业组织结构设计的案例	一、直线型组织结构
二、直线职能型组织结构	第五节 药品零售连锁企业组织结构设计的案例	第一节 零售连锁的组建方式	二、直线职能型组织结构
三、事业部制的组织结构	第一节 零售连锁的组建方式	第二节 销售的流程	三、事业部制的组织结构
四、矩阵型的组织结构	第二节 销售的流程	第三节 零售连锁店对各职位的具体要求	四、矩阵型的组织结构
第三节 药品零售连锁企业主要职能部门的设置	第三节 零售连锁店对各职位的具体要求	一、零售连锁店对各职位的要求汇总	第三节 药品零售连锁企业主要职能部门的设置
一、确定企业的管理层次与管理幅度	一、零售连锁店对各职位的要求汇总	二、店内营业员应特别注意的问题	一、确定企业的管理层次与管理幅度
二、企业主要职能部门的设置	二、店内营业员应特别注意的问题	第十八章 药品零售连锁企业的管理和考核	二、企业主要职能部门的设置
第四节 药品零售连锁企业辅助职能部门的设置	第十八章 药品零售连锁企业的管理和考核	第一节 药品零售连锁企业各部门的管理	第四节 药品零售连锁企业辅助职能部门的设置
一、辅助职能部门的简述	第一节 药品零售连锁企业各部门的管理	第二节 药品零售连锁企业营业员的考核	一、辅助职能部门的简述
二、辅助职能部门的作用	第二节 药品零售连锁企业营业员的考核	第三节 药品零售连锁企业管理与药品零售企业管理的区别	二、辅助职能部门的作用
三、连锁企业各部门的关系	第三节 药品零售连锁企业管理与药品零售企业管理的区别	第四篇 药品零售企业规范化管理	三、连锁企业各部门的关系
第五节 药品零售连锁企业组织结构设计的案例	第四篇 药品零售企业规范化管理	第十九章 药品零售企业的组织结构	第五节 药品零售连锁企业组织结构设计的案例
第一节 零售连锁的组建方式	第十九章 药品零售企业的组织结构	第一节 药品零售企业组织结构设计的概念	第一节 零售连锁的组建方式
第二节 销售的流程	第一节 药品零售企业组织结构设计的概念	一、药品零售企业组织结构设计的定义	第二节 销售的流程
第三节 零售连锁店对各职位的具体要求	一、药品零售企业组织结构设计的定义	二、药品零售企业组织结构设计的要点	第三节 零售连锁店对各职位的具体要求
一、零售连锁店对各职位的要求汇总	二、药品零售企业组织结构设计的要点	三、药品零售企业双向流程式的协作管理模式	一、零售连锁店对各职位的要求汇总
二、店内营业员应特别注意的问题	三、药品零售企业双向流程式的协作管理模式	四、药品零售企业组织结构设计中应注意的问题	二、店内营业员应特别注意的问题
第十八章 药品零售连锁企业的管理和考核	四、药品零售企业组织结构设计中应注意的问题	第二节 药品零售企业组织结构的主要形式	第十八章 药品零售连锁企业的管理和考核
第一节 药品零售连锁企业各部门的管理	第二节 药品零售企业组织结构的主要形式	一、直线型组织结构	第一节 药品零售连锁企业各部门的管理
第二节 药品零售连锁企业营业员的考核	一、直线型组织结构	二、直线职能型组织结构	第二节 药品零售连锁企业营业员的考核
第三节 药品零售连锁企业管理与药品零售企业管理的区别	二、直线职能型组织结构	三、矩阵型组织结构	第三节 药品零售连锁企业管理与药品零售企业管理的区别
第四篇 药品零售企业规范化管理	三、矩阵型组织结构	第三节 药品零售企业主要职能部门的设置	第四篇 药品零售企业规范化管理
第十九章 药品零售企业的组织结构	第三节 药品零售企业主要职能部门的设置	一、各种组织结构设置的管理层次与职能	第十九章 药品零售企业的组织结构
第一节 药品零售企业组织结构设计的概念	一、各种组织结构设置的管理层次与职能	二、药品零售企业的主要职能部门	第一节 药品零售企业组织结构设计的概念
一、药品零售企业组织结构设计的定义	二、药品零售企业的主要职能部门	第四节 药品零售企业辅助职能部门的设置	一、药品零售企业组织结构设计的定义
二、药品零售企业组织结构设计的要点	第四节 药品零售企业辅助职能部门的设置	一、辅助部门存在的意义	二、药品零售企业组织结构设计的要点
三、药品零售企业双向流程式的协作管理模式	一、辅助部门存在的意义	二、药品零售企业的各个辅助部门的组成	三、药品零售企业双向流程式的协作管理模式
四、药品零售企业组织结构设计中应注意的问题	二、药品零售企业的各个辅助部门的组成	第五节 药品零售企业组织结构案例	四、药品零售企业组织结构设计中应注意的问题
第二节 药品零售企业组织结构的主要形式	第五节 药品零售企业组织结构案例	第一节 框架图	第二节 药品零售企业组织结构的主要形式
一、直线型组织结构	第一节 框架图	二、各部门的组成及职能	一、直线型组织结构
二、直线职能型组织结构	二、各部门的组成及职能	第二十章 药品零售企业的销售管理	二、直线职能型组织结构
三、矩阵型组织结构	第二十章 药品零售企业的销售管理	第一节	三、矩阵型组织结构
第三节 药品零售企业主要职能部门的设置	第一节		第三节 药品零售企业主要职能部门的设置
一、各种组织结构设置的管理层次与职能			一、各种组织结构设置的管理层次与职能
二、药品零售企业的主要职能部门			二、药品零售企业的主要职能部门
第四节 药品零售企业辅助职能部门的设置			第四节 药品零售企业辅助职能部门的设置
一、辅助部门存在的意义			一、辅助部门存在的意义
二、药品零售企业的各个辅助部门的组成			二、药品零售企业的各个辅助部门的组成
第五节 药品零售企业组织结构案例			第五节 药品零售企业组织结构案例
第一节 框架图			第一节 框架图
二、各部门的组成及职能			二、各部门的组成及职能
第二十章 药品零售企业的销售管理			第二十章 药品零售企业的销售管理
第一节			第一节

<<药品经销企业规范化管理全书>>

销售管理	一、销售管理的内容	二、各部门的职位、职能	三、如何管理
	四、设计考核标准时应注意的问题	第二节 售后持续销售	一、电话回访
二、药房公益设施的建设	第三节 配合治疗	一、配合治疗的意义	二、配合
治疗的分类	三、配合治疗应达到的标准	四、配合治疗的检查方式	第四节 医
保卡定点药房的管理	一、医保卡的简述	二、医保卡使用的前提条件	三、医
保卡销售时的特点	四、凭医保卡销售的步骤	五、医保卡使用的五注意	第二十一
章 柜台销售流程及管理	第一节 柜台销售流程	一、售前	二、售中
三、售后	第二节 柜台推介	一、柜台推介的步骤	二、柜台推介的方法——二
推法、三推法	第三节 药房企划	一、室内设施	二、药房文化
销企划	第四节 柜台服务的企划	一、柜台服务原则	二、坚持以下优质服务原
则	第五节 柜台销售的管理	一、管理原则	二、管理方法
管理制度案例	一、营业员管理制度	二、收银员管理制度	第二十二章 售后部
第一节 公司服务纠正	一、处理投诉	二、顾客满意度调查及销售部考核	
三、售后回访	第二节 会员活动	一、医学讲座、健康讲座	二、社区服务—
一义诊	三、义务咨询, 电话解答	四、会员活动	五、有奖问答、联谊会等
第三节 投诉和建议制度	第二十三章 营业员管理	第一节 营业员的工作内容	
一、销售	二、药品统计分类报表	三、调查分析	四、培训
他	第二节 营业员的素质	一、品德	二、态度
四、销售技巧	五、管理意识	六、服从管理的团队意识	第三节 营业员考核
	一、工作内容的考核	二、培训及员工能力考核	第四节 营业员工作标准
一、营业员守则	二、文明规范的基本要求	三、营业员服务用语	四、待客
礼仪	五、立岗仪态	六、服务“六不”	七、员工管理“四清楚”
第四章 职业规划	第一节 职业规划的涵义	一、职业规划的涵义	二、职业规划
的作用	三、职业规划的应用	第二节 职业规划的涵义	一、
、职业规划的思想	二、职业规划的原理	三、职业规划的内容	四、职业规划
的方法	第三节 员工职业规划实例	第四节 人生规划——职业规划的拓展	一、
定义及特点	二、人生规划的作用及方法	三、人生规划案例	四、优秀的职业
规划及人生规划的特点	第二十五章 职业道德	第一节 职业道德	一、定义
二、职业道德的作用	第二节 职业道德规范	一、文明职工的基本要求	二、
文明礼貌的基本要求	第三节 员工道德培训——企业及员工职业文化案例集锦		一、企
业经营的职业道德	二、素质可以创造财富	三、节俭是美德	

章节摘录

第一章 药品经销企业分类第一节 我国目前药品经销企业的概况一、我国药品经销企业近10年的变革
(一) 20世纪80年代是改革后私有药品经销企业的起步期这个时期药品经销企业的特点如下。

1.招牌杂乱。

摇摆的硬板、双鱼型标志、双球型的实体式的药葫芦是当时药品经销企业——药房的显著标志。

2.药品种类少。

西药以止痛片、氨酚待因、双氯灭痛等为数很少且毒副作用较大的进口品种为主，中药主要以中草药为主。

3.柜架不一，摆放无序。

柜架多为木制、竹制，高低不一；各类药品未区分中西类药、处方药及非处方药（OTC）等。

4.开设药房的审批手续简单、管理规范较少。

多是一次审批通过后营业，较少有年审的说法。

5.药品经营人员无相应的资质。

上岗的药品经营人员无上岗证、健康证等核准资质。

6.服务较差。

首先，营业员对顾客无服务意识，缺乏主动工作的意愿；其次，营业员对顾客无功能主治、服用禁忌等事项的说明；再次，室内的硬件环境较差。

7.进销药的检验手续不规范，甚至有的企业根本无药品入库检验手续。

来药的包装和封存检验意识缺乏，销售中缺少销售信誉卡管理。

8.对药品经销企业的监管力度不强。

药品库房存储环境、温度、湿度、通风、光照等无明确规定，存储药品如同存储其他物品一样，能放即叫存储，根本谈不上药品质量管理（当然也有重视药品质量问题的人，但很少）。

9.药品经销企业少，各药房无竞争意识，易产生垄断。

一个镇、一个城市的几条街上就几家药房，企业缺少竞争意识。

<<药品经销企业规范化管理全书>>

编辑推荐

《药品经销企业规范化管理全书》是药品经销企业拿来即用的规范化操作手册。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>