第一图书网, tushu007.com

<<医药商品购销员>>

图书基本信息

书名：<<医药商品购销员>>

13位ISBN编号：9787504570666

10位ISBN编号：7504570664

出版时间：2008-5

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：劳动和社会保障部教材办公室 编

页数：138

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

前言

1994年以来，劳动和社会保障部职业技能鉴定中心、教材办公室和中国劳动社会保障出版社组织有关方面专家，依据《中华人民共和国职业技能鉴定规范》，编写出版了职业技能鉴定教材及其配套的职业技能鉴定指导200余种，作为考前培训的权威性教材，受到全国各级培训、鉴定机构的欢迎，有力地推动了职业技能鉴定工作的开展。
劳动保障部从2000年开始陆续制定并颁布了国家职业标准。
同时，社会经济、技术不断发展，企业对劳动力素质提出了更高的要求。
为了适应新形势，为各级培训、鉴定部门和广大受培训者提供优质服务，教材办公室组织有关专家、技术人员和职业培训教学管理人员、教师，依据国家职业标准和企业对各类技能人才的需求，研发了职业技能培训鉴定教材。
新编写的教材具有以下主要特点：在编写原则上。
突出以职业能力为核心。
教材编写贯穿“以职业标准为依据，以企业需求为导向，以职业能力为核心”的理念，依据国家职业标准，结合企业实际，反映岗位需求，突出新知识、新技术、新工艺、新方法，注重职业能力培养。凡是职业岗位工作中要求掌握的知识和技能，均作详细介绍。
在使用功能上。
注重服务于培训和鉴定。
根据职业发展的实际情况和培训需求，教材力求体现职业培训的规律，反映职业技能鉴定考核的基本要求，满足培训对象参加各级各类鉴定考试的需要。
在编写模式上。
采用分级模块化编写。
纵向上，教材按照国家职业资格等级单独成册，各等级合理衔接、步步提升，为技能人才培养搭建科学的阶梯型培训架构。
横向上，教材按照职业功能分模块展开，安排足量、适用的内容，贴近生产实际，贴近培训对象需要，贴近市场需求。

内容概要

本教材由劳动和社会保障部教材办公室组织编写。
教材以《国家职业标准·医药商品购销员》为依据,紧紧围绕“以企业需求为导向，以职业能力为核心”的编写理念，力求突出职业技能培训特色，满足职业技能培训与鉴定考核的需要。
本教材详细介绍了初级医药商品购销员要求掌握的最新实用知识和技术。
全书分为四个模块单元，主要内容包括:接待与服务、药品知识、药品销售、药品的陈列与保管。
每一单元后安排了单元测试题及答案，书末提供了理论知识考核试卷，供读者巩固、检验学习效果时参考使用。
本教材是初级医药商品购销员职业技能培训与鉴定考核用书，也可供相关人员参加就业培训、岗位培训使用。

<<医药商品购销员>>

书籍目录

第1单元　接待与服务　第一节　接待　　一、基本仪态仪表　　二、接待礼仪　第二节　提供服务　　一、客户服务的质量　　二、客户心理　　三、服务程序　第三节　营销人员的沟通技巧　一、展示流程　　二、拜访流程　单元测试题　单元测试题答案第2单元　药品知识　第一节　处方药和非处方药　　一、处方药和非处方药的分类管理办法　　二、处方药和非处方药的流通管理有关规定　　三、非处方药专有标志　　四、使用非处方药的注意事项　第二节　常用药物的适应证和使用方法　　一、解热镇痛抗炎药　　二、镇静催眠药　　三、抗精神病药　　四、消化系统药物　　五、呼吸系统药物　　六、心血管系统药物　　七、内分泌系统药物　　八、抗感染药　　九、皮肤病用药　第三节　药物的合理使用　　一、合理用药　　二、滥用药物的危害　　三、合理使用抗菌药　单元测试题　单元测试题答案第3单元　药品销售　第一节　销售准备　　一、环境要求和环境准备　　二、物资准备　　三、人员准备　第二节　销售实施　　一、药品销售　　二、票据填制　第三节　售后管理　　一、药品销售记录　　二、售后服务　单元测试题　单元测试题答案第4单元　药品的陈列与保管　第一节　药品的配置与陈列　　一、药品的配置　　二、药品的陈列　　三、医药商品线　　四、处方药的陈列　　五、非处方药的陈列　　六、中药材和中药饮片的陈列　第二节　药品的保管和养护　　一、影响药品质量的因素　　二、化学制剂（西药）的养护　　三、中成药的养护　　四、中药材和中药饮片的养护　　五、常见易变质剂型的养护　六、药品养护的基本要求　　七、药品经营的商品流转和凭证管理　单元测试题　单元测试题答案　理论知识考核试卷（一）理论知识考核试卷（二）理论知识考核试卷（一）答案理论知识考核试卷（二）答案

章节摘录

2）自我介绍。
介绍公司名称及自己的姓名并将名片双手递上，在与客户交换名片后，对客户表达谢意，如“这是我的名片，谢谢您能抽出时间让我见到您！
3）破冰。
营造一个好的气氛，以拉近彼此之间的距离，缓和客户对陌生人来访的紧张隋绪，如“王主任，我是您部门的某某介绍来的，听他说，你是一个很随和的领导4）开场白的结构。
①提出议程。
②陈述议程对客户的价值。
③时间约定。
④询问是否接受。
如“王主任，今天我是专门来向您了解你们对××产品的一些需求情况，知道你们明确的计划和需求后，我可以为你们提供更方便的服务，我们谈的时间大约只需要5分钟，您看可以吗？
5）巧妙运用询问术，尽量让客户多说①设计好问题漏斗。
通过询问客户来达到探寻客户需求的真正目的，这是营销人员最基本的销售技巧，在询问客户时，问题面要采用由宽到窄的方式逐渐进行、深度探寻。
如“王主任，您能不能介绍一下贵医院今年×种药品销售趋势和情况？
”“贵医院在哪些方面有重点需求？
”“贵医院对××药品的需求情况，您能介绍一下吗？
②结合运用扩大询问法和限定询问法。
采用扩大询问法，可以让客户自由地发挥，让他们多说，从而知道更多的东西，而采用限定询问法，则让客户始终不远离会谈的主题，限定客户回答问题的方向，在询问客户时，营销人员经常会犯的毛病就是“封闭话题”。
如“王主任，贵医院的药品需求计划是如何报审的呢？
”这就是一个扩大式的询问法。
如“王主任，像我们提交的一些供货计划，是需要通过您的审批后才能在下面的部门去落实吗？
”这是一个典型的限定询问法。
而营销人员千万不要采用封闭话题式的询问法来代替客户作答，以避免造成对话的中止，如“王主任，你们每个月销售××药品大概是六万元，对吧？
③对客户谈到的要点进行总结并确认。
根据会谈过程中所记下的重点，对客户所谈到的内容进行简单总结，确保清楚、完整，并得到客户一致同意，如“王主任，今天我跟您约定的时间已经到了，今天很高兴从您这里听到了这么多宝贵的信息，真的很感谢您！
您今天所谈到的内容一是关于二是关于三是关于是这些，对吗？
6）结束拜访时，约定下次拜访内容和时间。
在结束初次拜访时，营销人员应该再次确认一下本次来访的主要目的是否达到，然后向客户叙述下次拜访的目的、约定下次拜访的时间。
如“王主任，今天很感谢您用这么长的时间给我提供了这么多宝贵的信息，根据您今天所谈到的内容，我将回去好好地做一个供货计划方案，然后再来向您汇报，我下周二上午将方案带过来让您审阅，您看可以吗？

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《医药商品购销员(初级)》根据国家职业标准《医药商品购销员》编写，是职业技能培训鉴定用书。

第一图书网, tushu007.com

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