

季度工作总结范文简短药店共3篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zongjie/fanwen/177654.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

季度工作总结范文简短药店1

一、以xx项目建设为中心，切实完成营销任务

xx项目，是省、市重点工程。市委、市政府对其寄予了殷切的期望。由于项目所蕴含的社会效益和潜在的经济效益，我们必须把它建成，而不能搞砸；我们只能前进，而不能停滞甚或后退。因此，公司计划：

（一）确保一季度xx工程全面开工，力争年内基本完成第一期建设任务。

1、土地征拆工作。

春节前后务必完成第一期工程的土地征拆工作。元月份完成征地摸底调查，二月份完成征地范围内的无证房屋的拆迁。三月份完成征地范围内有证房屋拆迁及国土储备中心土地和集体土地的征收工作。各部门关系的协调，以总经理室为主，顾问室配合，工程部具体操作。工程进入实施阶段后，工程部应抓紧第二期工程的土地征拆工作联系，适时调整主攻方向。

2、工程合同及开工。

元月份签订招投标合同，工程进入招投标阶段。二月份确定具有实力的施工企业并行签订施工合同；确定监理企业并行签订监理合同。三月份工程正式开工建设。另外，工程部应加强工程合同、各类资料的存档管理，分门别类、有档可查。建立一套完整的工程档案资料。

3、报建工作。

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。元月份完成方案图的设计；二月份完成扩初图的设计。在承办过程中，工程部应善于理顺与相关部门关系，不得因报建拖延而影响工程开工。

4、工程质量。

xx项目是省、市重点工程，也是xx品牌的形象工程。因而抓好工程质量尤为重要。工程部在协助工程监理公司工作的同时，应逐渐行成公司工程质量监督体系。以监理为主，以自我为辅，力争将xx项目建成为省优工程。

5、预决算工作。

工程部、财务部必须严格工程预算、决算工作的把关。严格执行约定的定额标准，不得擅自增加工程量和无据结算。不得超预算支付工程款。

(二) 切实完成年营销任务，力保工程进度不脱节

公司确定的二00六年医药商铺、产权式酒店、公寓式写字楼的销售年任务为亿元。该任务的完成，直接关系到第一期工程任务的实现。故必须做好营销这篇大文章。

· 市场工作计划书 · 教学工作计划书 · 会计工作计划书 · 招商工作计划书

· 服装店工作计划书 · 项目计划书 · 企业计划书 · 培训计划书 · 创业计划书模板

1、实行置业任务分解，确保策划合同兑现。

20_年公司各类楼盘的销售任务是亿元，其中一季度1500万元、二季度4500万元、三季度4500万元、四季度4500万元。按xx所签协议书，该任务的承载体为策划公司。经双方商议后，元月份应签订新的年度任务包干合同。为完成年度营销任务，我们建议：策划公司可实行置业任务分解，到人到片。而不是单纯依靠招商大厅或中心活动。可采取更为灵活的销售方式，全面完成年销任务，在根本上保证工程款的跟进。在营销形式上，应完善团购、中心活动推介、上门推介等方案，努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

2、合理运用广告形式，塑造品牌扩大营销

新的一年，公司在20_年的基础上，将进一步扩大广告投入。其目的是一是塑造“xx”品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面，xx应在广告类种、数据统计、效果评估、周期计划、设计新颖、版面创意、色调处理等方面下功夫，避免版面雷同、无效重复、设计呆板、缺乏创意等现象的产生。

3、努力培养营销队伍，逐步完善激励机制

策划公司的置业顾问以及公司营销部的营销人员，是一个有机的合作群体。新的一年，公司将充分运用此部分资源。策划公司首先应抓好营销人员基本知识培训工作，使营销人员成为一支能吃苦、有技巧、善推介的队伍。其次是逐步完善营销激励机制，在制度上确立营销奖励办法，具体的奖励方案由营销部负责起草。

4、拓宽融资渠道，挖掘社会潜能

拟采取银信融资、厂商融资、社会融资、国债融资、集团融资等方式，拓宽融资渠道。通过让股、扩股等办法扩大资金流，以保证xx项目建设资金的及时到位。

(三) 全面启动招商程序，注重成效开展工作

招商工作是xx建成后运营的重要基础。该工作开展顺利与否，也直接影响公司的楼盘销售。因此，在新的一年里，招商应有计划地、有针对性地、适时适量地开展工作。

1、结合医药市场现状，制订可行的招商政策

按照公司与策划公司所签合同规定，xx应于去年出台《招商计划书》及《招商手册》，但目前该工作已经滞后。公司要求，上述两书在一季度由策划公司编制出台。

为综合医药市场情况，拟由招商部负责另行起草《招商办法》要求招商部在元月份出初稿。

2、组建招商队伍，良性循环运作

从过去的一年招商工作得失分析，一个重要的原因是招商队伍的缺失，人员不足。新的一年，招商队伍在引入竞争机制的同时，将配备符合素质要求，敬业精神强、有开拓能力的人员，以期招商工作进入良性循环。

3、明确招商任务，打好运营基础

xx项目一期工程拟在今年底建成，明年元月将投入运营。因而，厂家、总经销商、总商的入驻则是运营的基础。我们不能等米下锅，而应军马未到，粮草先行。今年招商入驻生产企业、总经销商、总商、医药商业机构等任务为300家。由策划公司与招商部共同承担。

4、做好物流营运准备，合理有效适时投入

医药物流不同于传统医药商业，它要求医药物流企业不单在医药交易平台的搭建、运输配送能力的提高、医药物流体系的配置上有别于传统医药，更主要的是在信息功能的交换适时快捷方面完全实行电子化管理。因此，新的年度，公司将与市物流研究所进行合作，签订合作协议并按合同协议履行职责。为使公司营运走向市场化，公司拟成立物流部，拟制定xx医药物流系统的营运方案，确定设施、设备构成因素，运营流程、管理机制等。该工作在董事会的同意安排下进行。

二、以品牌打造为长远目标，逐步完成两个建立

“xx”品牌的打造是公司的战略目标之一。现代品牌打造的成功必须依赖于企业的现代管理模式。新的一年，我们将在建立集团公司、建立现代企业管理体系上下功夫，逐步把公司建成为大型的民营企业集团。

1、注册成立企业集团，不断扩大公司规模

20_年，公司在能满足注册资金要求的前提下，将注册成立“xx集团公司”。同时，将独立注册或变更所辖子公司名称，即：xx有限公司（已成立）xx有限责任公司（待更名）xx物业管理有限公司（已成立）xx房地产开发有限公司（已成立）xx大酒店管理有限公司（待成立）xx集团及所辖子公司筹建人员（均为兼职）和分设机构情况如下：

xx集团：xx、xx、xx、x、财务总监（待定）、xx集团公司设：办公室、人力资源部、财务部、企业管理部、企业策划部、工程部

xx医药有限公司：xx、xx、xx

xx医药物流中心：xx、xx、xx

xx房地产开发有限公司：xx、xx、xx

xx物业管理有限公司：xx、xx、xx

xx大酒店管理有限公司：xx、xx、其他人员待定

公司的设想是在集团公司的统一领导下，各子公司实行独立核算，独立完成年利润指标及其它相关指标，在整体上提升集团的竞争力。

2、建立现代企业管理体系，推行工作标准到人到岗

现代企业的高效运行，均来自于企业的高效管理。新的一年，公司将根据国家有关规范、条例等，制定本公司工作标准，并到人到岗。各项工作按标准程序行事，减少人为指挥，逐步形成xx特色的企业管理体系。同时，根据不同的工作岗位，制定岗位职责和 workflow，强化企业管理意识，最大化地提高企业管理水平，向管理要效益。

三、以xx发展为历史契机，加快内部“三个调整”

xx的发展是历史的使命，也是市场的要求，我们应顺应这一时代的需要，不断完善自我，发展自我，调整机制，集聚“内功”，合理发挥员工动能，以使xx集团傲立于医药之林。

1、人员调整

人员调整工作已经铺开，公司遵循的原则是“人尽其才，才尽其用”。最大限度地发挥员工的创新能力，充分肯定员工的务实精神。

2、机构调整

机构调整目前主要指xx有限公司内部机构的调整。目前设立的部门是：总经理室、办公室、工程部、营销部、招商部、财务部，即“两室四部”。随着xx项目进入建设施工阶段，拟增设人力资源部、物流部、企业策划部等部门共同成为集团公司的基础。xx房地产、xx医药商业公司、xx物流中心、xx物业管理四个独立法人公司进入筹备期，明年正式独立营运。使公司内部机构成为功能要素齐全、分工合理的统一体。

3、例会制调整

20_年实行的例会制，对阶段性工作总结提高，对时段工作安排布置，起了良好的作用。新的一年，例会制在坚持的同时，作好以下调整：

一是例会时间。在每星期六的上午进行。

二是会议主持。每次例会除工作小结及工作布置外，确定一个工作主题，分别由分管该项工作的总经理、副总经理、总工程师主持。

三是建立例会工作布置检查制度，即前次会议布置的工作在规定完成的时段内，落实部门应汇报执行情况，以利总结经验，改进方法，完善提高。

四是以能动开发员工潜能为前提，不断充实企业发展基础

xx的企业精神“三生万物，以人为本；和合求实，科学求真”决定了xx品牌的打造，xx集团的建立，必须充实基础工作、充实各类人才、充实企业文化、充实综合素质。新的一年，公司将在“四个充实”上扎扎实实开展工作。

1、充实基础工作，改善经营环境

公司所指充实基础工作，主要是指各部门各岗位的工作要做到位，做得细微，做得符合工作标准。小事做细，细事做透。务实不求虚，务真不浮夸。规范行为，细致入微。通过做好基础工作，改善内部工作环境和外部经营环境。该工作的主要标准，由办公室制定的公司《工作手册》确定，要求员工对照严格执行。为对各部门基础工作开展的利弊得失实行有效监督，公司在新的年度由办公室承办编制《xx工作动态》，每半个月一期。

2、充实各类人才，改善员工结构

企业的竞争，归根结蒂是人才的竞争。我们应该充分认识到，目前公司员工岗位适合率与现代标准对照是有距离的。20_年，公司将根据企业的实际需求，制定各类人员的招聘条件，并设置招聘流程，有目的地吸纳愿意服务于xx的各类人才，并相应建立xx专业人才库，以满足xx集团公司各岗位的需要。

3、充实企业文化，改善人文精神

企业文化的厚实，同样是竞争力强的表现。新的一年，xx策划公司在进行营销策划的同时，对于xx文化的宣传等方面，亦应有新的举措。对外是xx品牌的需要，对内是建立和谐企业的特定要求。因此，xx文化的形成、升华、扬弃应围绕xx企业精神做文章，形成内涵丰富的xx企业文化。

4、充实综合素质，提高业务技能

季度工作总结范文简短药店2

据市场了解，今年春节整个商超红酒市场有一定的萎缩，但主要体现在礼盒方面。我公司通过去年的产品结构调整与完善、店面客情关系的维护、促销队伍的建设，配合经销商的活动方案，取得了一定的业绩。

本次的促销活动形式主要分为四大类：

一、现场特价销售：

主要体现华润万家系统共计12个单品，累计单品特价次数18次。此活动形式，迎合了广大普通顾客的心理需求，市场反应比较好，在一定程度上有效的拉动了销量。但同时，也存在一点负面影响，降低消费者的品牌忠诚；增加消费者对价格的敏感度；影响消费者对商品的品质认可。

二、堆头、端架

堆头与端架不仅仅是体现在销售上，更体现在他的宣传与展示方面，吸引顾客，从而指引顾客到

此类商品或者与之相配的产品上。整个春节期间，我公司在超市的堆头与端架未能按照当初方案逐一落实到位，但几个重点店相继有了一定的补充，也起到了一定的宣传与销售促进作用。

三、上刊

一种单品的宣传广告，既有特价又有宣传。我公司产品主要做了94赤霞珠、金装王朝两个单品。此活动形式，有效地提高了销量，增加了顾客的可信度。据卖场实际情况，94赤霞珠现场顾客有一定的自销量。

四、返现

返现类活动也属于一种间接让利的促销方式，虽然表面价值偏小，但对于消费者来讲是最实惠的促销。整个活动期间，我公司产品主要针对各个单品，单品返现手续比较麻烦，且只能针对有促销员的店，相对受众面比较小。整体限额促销返现相对比较弱。

总之，我们要灵活掌握各个活动形式的优缺点，从顾客的实际需求出发，尽量利用其优点，回避不利方面，从而做出最优化的方案，实现销量与品牌同步发展的格局。

同时，西安葡萄酒市场竞争异常激烈，尤其是张裕、长城、威龙三大品牌，在西安地区根深蒂固，已经在顾客心中潜意识的形成。在每次的旺季促销活动中，采用高费用投入（各个店做堆头、端架、上刊），重点店面人海战术、次类店人员覆盖，促销方式灵活，主打产品突出、礼盒更新速度较快，切合市场实际，迎合消费者。

我通过这段时间的观察与了解，觉得这整个活动是比较成功的，但从我个人的角度来看，还是有一些不足的地方，我就从以下几点说说我的看法：

一、与系统谈判我公司人员信息封闭，未了解到一手信息。导致整个决策过程时间较长，都处于未定状态，所以商超系统以及经销商临时的决定，短时间内难以拿出最优方案，影响较大。鉴于此，以后再做促销方案时，我们到底应该采用那种模式，显得非常重要。

二、我公司产品价格体系不完整，表现在单品二三十几元的无法做活动，94赤霞珠和金装王朝做活动都成二十几元，三十几元又空白，无法填补。应进一步加大售价在20到60元之间，尤其是30到50元之间的单品，可采用经销商低利润的方式，用出厂价高的单品，这样消费者受到了实惠，单瓶价格也相对提高。礼盒价格在90元左右销量最大，而我公司礼盒价位很高，再加上品牌宣传的缺乏，走不了量。

三、促销员，尤其是临促，应当加强培训，尤其是葡萄酒知识与个人店里行为方面。临促作为应急人员的补充，应当提前做好准备，建议在旺季来临之前加强产品与销售技巧的培训，尤其是在店里接待顾客与引导顾客，应加强与长促交流，总结，必要时可采用长促带临促的方式，学习一段时间，等到旺季再分配到各个具体店面。

四、除进一步加强重点店面的日常维护外，还应加强次类店的销售，尤其是销售旺季，以拉动整体销量。目前，在整个西安商超中，重点店面的销量占很大比重，但是其他次类店仍然有一定的客流量，尤其是在销售旺季，更是值得注重。据了解，我们的酒在旺季在这些店有一定的自流量。如果对这些店面加大投入，尤其是旺季临促，会大幅拉动该店的销量。

五、针对淡季以维护市场份额做市场为主，加大店内堆头、端架、上刊等广告宣传引导销售，并将旺季的产品功能诉求，逐渐转向侧重于品牌认知，力争淡季的广告投放能够最大水平地提高公司葡萄酒产品的知名度，迎接销售旺季的到来。只有这样，才能更好的为旺季提高销量奠定基础，也为品牌的长期培育客户基础。

在长城、张裕的阴影下，我们每销售一瓶酒都很困难。因此，我们只有根据市场具体情况，结合自身实际情况，进一步革新营销思路。把工作做透、做细、做精，进一步提高工作效率，在产品陈列、卖场客情、产品结构、促销员管理方面做好我们的工作。

按照总公司的部署和安排，郟城国大仁和堂郟东中店于12月9日—11日举行了药品促销活动，在总公司的正确领导和全体店员的共同努力下，本次促销活动取得了较好的成绩，并一定程度了扩大了国大仁和堂药店在社会的良好信誉。现将本次促销活动总结如下：

一、活动前充分做好准备工作，为促销活动成功奠定基础。

- 1、组织店员学习领会总公司安排的这次活动精神，在每月固定时间的促销活动工作的基础上，分析工作中存在的漏洞，强调了本次活动的重要性，把DM单分到每一位职工手中，划片发放。并要求所有店员提前安排好时间，活动期间全天上班。
- 2、根据活动要求，组织店员清点库存，分别对促销产品、赠品准备货源，提早对特价药品，常用药品，本季节药品，洗化，家电等进行备货。
- 3、专门组织职工讨论怎样促销药品，分析可能出现的问题。如果特价的商品，冲量品销售太多，怎样销售才能保证毛利。
- 4、营造良好服务环境。组织店员对店内店外环境整理卫生，做到整洁卫生，药品摆放整齐。对特价药品做了POP宣传海报。针对70多个特价药品全部做了店外宣传海报，张贴在药店外8个橱窗。同时为突出特价药品，引起顾客的注意，专门做了70多个爆炸贴放在该药品陈列位上。为突出活动效果，在门店前搭起彩虹门，摆放了花篮，安排了音响，对本次活动起到了很大作用。

二、本次活动取得的效果

12月9日销售2、9万，12月10日销售4、1万，12月11日销售5、8万。

三、本次活动心得体会

- 1、从12月5日—12月8日都是阴雨雾天，活动之初我们预想效果比平时能增加营业额30%左右就算成功。因为天气等原因我们感到信心不足，没想到我们提前做的各项准备工作起到了很大作用。
- 2、活动前短信宣传、全市医保一卡通在12月10日全市联网刷卡、农行年底前清卡、丰厚的赠品等因素带动了销售量。
- 3、DM单发放时间短，有些仓促，覆盖面不够广；由于担心预期活动效果，龙大花生油备货不充分，出现短缺。

季度工作总结范文简短药店3

[关键词] 药品； 药店； 营销策略

面对医改的脚步逐渐深入，我国药品零售经营企业的数量在已经过度竞争的基础上继续上涨。据SFDA南方医药经济研究所统计数据显示20_年上半年，我国药品零售经营企业(包括连锁门店和单体药店)总数达到409246家，未来药品零售经营企业之间的竞争激烈程度不言而喻。

药品零售企业是将购进的药品直接销售给消费者的药品经营企业，也就是药品流通领域的终端[1]，它包括了药品零售经营企业(又称零售药房或社会药房,即药店)和医疗机构药房。在新一轮的医改目标中，药店不属于体制内受益者。反而，基本药物政策、基层医疗机构“零差率”销售药品对药店的波及，让诸多药店深感“伤不起”。在当前形势下，药店如何打赢这场硬战，胜利的重要因素在于更好的营销策略。考虑到药品又不等同于一般商品，它有其不可忽视的特殊性，因此，药品在销售过程中也存在着许多的要求与技巧。

1 掌握市场需求,及时购进 如春冬季是哮喘病、感冒发病高峰期，治疗此类疾病的药品在春冬季有旺盛的市场需求；如活血化瘀、防冻的药品在冬季需求量会增大；如解暑、消渴的药品在夏季会有明显需求增加。绝大多数的药店都是兼营企业，除了药品外兼卖保健品、化妆品、医疗器械、生活用品。在过年过节时，保健品的购销量会大大提高。因此，药品营销者必须掌握一定的药品市场需求理论，及时购进。

2 注重药品的陈列摆放

符合国家《GSP》对药品零售企业药品陈列的管理制度 药品与非药品，内服药与外用药，易串味药与一般药，中药材、中药饮片与其他药，处方药与非处方药应分柜摆放。药品应按品名、规格、剂型或用途以及储存条件要求分类整齐陈列，类别标签应放置准确，物价标签必须与陈列药品一一对应，字迹清晰。特殊管理的药品应专柜加锁存放；属危险品的药品不应陈列，必须陈列时，只能在柜台或货架上陈列其代用品或空包装；处方药不得开架陈列。拆零药品必须存放于拆零专柜，做好记录并保留原包装标签至该药品销售完为止。生物制品及需要低温保存的药品只能存放在冰箱或冷柜中，不得在常温下陈列，需陈列时只陈列空包装。中药饮片应一味一斗，不得错斗、串斗、混斗；装斗前应进行质量复核，饮片斗前必须写正名正字。对陈列的药品应每月进行检查并予以记录，发现质量问题应及时通知质量管理人员处理。用于陈列药品的货柜、货架、橱窗等应保持清洁卫生，防止人为污染药品[2]。

注重美观原则 美观是陈列不可或缺的要素[3]。陈列的美观，是指在有限的空间，做到物品摆放整齐、丰满，给人愉悦的视觉感受，达到刺激顾客感观，完成销售行为的目的。例，药品的标价签，在做到标示齐全，填写准确、规范的基础上，可以在设计上花些心思。如，儿科用药可以将标价签制作成可爱的卡通形状；心血管类药品可以将标价签就制作成心形等等。而大多的药店都会在年前大量购进各类保健品，如何更好的引起顾客的注意？可以选择一个醒目的地方设立一个专门的空间或专柜，将物品按照一定的规则、形状、分别摆放起来，吸引顾客的视线。

3 应用视频影像,辅助宣传 现在是电子化、信息化时代，可以在店内安装电子屏，播放店内的药品信息，药品广告、说明图片等等。动态的画面与悦耳的声效能更强的吸引顾客的注意，既能加深顾客对店内物品的了解，也能为他们起到一定的选择导向作用。而名优产品的销售额已占有产品的70%以上，多数的名优产品企业都会有自己的专属广告。

4 正确指导顾客合理选药用药 药品营业员应具备药品应用的咨询解说能力。每位药品零售工作的

营业员上岗前都必须经过业务培训。必须详细了解药品信息，能以药品的使用说明书为依据，正确介绍药品的适应症或功能主治、用法用量、不良反应、禁忌及注意事项等。指导顾客正确合理用药，不得虚假夸大药品的疗效和治疗范围，误导顾客。要铭记药品的销售不同与普通商品，因为顾客极其重视药品效用。效用如何是顾客决定是否购买的相当重要的因素。药品营业员要紧抓效用展开攻心，如此便能得到很好的销售效果。当然阐述效用，要有理有据，要掌握分寸。

5 把握顾客心理,热情服务,提升药店素质形象 服务中微笑是常见的商业销售技巧，是礼貌和涵养的表现，更是增进交流、促进沟通的重要工具。能对顾客产生颇大而积极的心理效应。以微笑面对顾客的营业员总能取得较好的销售业绩。顾客进门时，店员要面带微笑的热情招呼，一句“您好!欢迎光临!”或点一下头，一个眼神，一个请进的动作，这既不会让顾客有冷落感，也不会觉得过分热情，给顾客一定的自由空间和舒适的心理感受。而对那些比较熟悉的老顾客，可以招呼得热情一些，甚至可以拉拉家常，从心里拉近距离，让顾客觉得你更像朋友，增加对你的信任。顾客从心理上接受了店员，销售药品当然顺利。这也是熟客技巧。而且在与顾客的交流中应能正确的判断他们的需要，指导顾客正确选药，同时能给予适当的生活健康注意与指导，及时为其提供更好、更贴心的服务。优质的服务能极大的提升药店的素质形象。

销售策略就是依据顾客心理设计的、巧妙而又简单的、能取得颇为理想销售效果的方法。在药店经营中，品种结构、经营模式、服务水平，点对点顾客营销策略等，是能否赢得忠诚顾客的关键因素。

总而言之，掌握良好的营销策略才能在如此激烈的药品经营市场下立于不败之地。

参考文献

[1] 蒋宁生,赵军楼.切合实际
规范管理 浅谈如何把好陈列药品质量关[N].中国医药报,20_(98)(总第2813期).

更多 总结范文 请访问 <https://xiaorob.com/zongjie/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发