# 医药销售代表心得体会范文(11篇)

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2024-10-07

*我们在一些事情上受到启发后，可以通过写心得体会的方式将其记录下来，它可以帮助我们了解自己的这段时间的学习、工作生活状态。大家想知道怎么样才能写得一篇好的心得体会吗？下面是小编帮大家整理的优秀心得体会范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要...*

我们在一些事情上受到启发后，可以通过写心得体会的方式将其记录下来，它可以帮助我们了解自己的这段时间的学习、工作生活状态。大家想知道怎么样才能写得一篇好的心得体会吗？下面是小编帮大家整理的优秀心得体会范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**医药销售代表心得体会范文篇一**

大家都知道，在我们药品销售大军中，有好多人是从其他行业转行过来的，他们有的都自己做代理，他们之中有的人会很快的成为专业人事，会做得得心应手，因为他们拥有良好的心理等各方面的素质，但也有那么一部分人，手头上的产品不是太好，个人魅力也不行，学历不高，语言表达能力不好，更可怕的会是没有关系,虽然现在都在喊，做药要专业化，但这部份人就不活了吗，很显然不是，这部份人会继续做下去，一直到被淘汰。假如你是这部份的其中之一，我会劝你不要放弃，这个行业里，专业固然很重要，但没有专业还是有另一条路可走的。在我刚做药的时候我就是这样的，学历拿不出手，语言表达能力奇差，和别人打交道的时候经常会吱呜得自己也搞不清楚我在说什么，长相也没办法让男医生看起来舒服，更没办法让女医生认为我有可能会成为她的情人方面发展，最要命的是我对和别人打交道有种恐惧感，但事实我熬过来了，并且到现在也算是有点小小的成就了，在这里我就谈谈我的心得，也许对和以前的我有点象的朋友会有所帮助。

先从产品来说，这种情况你不该去商业公司做，你一定要自己做，代理一个小厂的产品，知名度不高没关系，针对性要广一点，不能局限于专科的比如妇科用药或者泌尿外科等方面的，但同类的不能太多(推荐中成药)，空间一定要大，批价二十以下的底价不能高于二零扣，批价在三十以上的也不能超过二五扣。刚做的时候切忌心比天高，一步一步来，先搞定一家医院，以这家医院为根据地再慢慢的向外阔张，这样子对于投入的资本也不会产生太大压力，也可以轻松的积累更高一步发展的起动资金。

因为你没有医院方面的关系，所以开发医院是很困难的，但你要知道，这个世界上做医院生意的人并不是每个人都是有关系的，你也只能靠自己。首先你得去趟药剂科主任那里，也许你在第一次拜访的时候会怕，莫明其妙的怕，其实完全没有必要的，别看有的代表和药剂科或者医生谈笑分声的，那只是一小部分，还有大部分的医药代表也是在主任们的办公室外徘徊的，他们也和你一样心里抖抖霍霍的，所以你不用太怕他们，他们看习惯了心惊胆跳的医药代表们，多你一个他们不会感到意外的，这根本不影响他们的听觉，你只要做的就是冲进去，用你那颤抖的声音告诉他们你想说的事，去等待他们的拒绝然后你说声再见掉头就走就好了，但有一点一定要用点心，就是要记住他们和每一句话和每一个动做，因为你要分析他的性格，他拒绝你的理由。

一般来说你碰到的拒绝会有三种，一种是粗暴型的，一种是冷漠型的，还有一种是亲和型的。粗暴型的人会对于你的拜访很不耐烦，没说几句话就会请你走了，这种人能以这种性格在单位里立足，并且能坐在这个位置上，他不会是一个肚里空空的人，他在单位里会有一定的威望，一般来说这种人说话是很份量的，但相对来说这种人比较难以搞定，但只要搞定他，效果是很好的反而要是搞不定他那你就死定了，你别指望跳过他来点别的途径，他要是不认同你的产品就算是医生填好单子他也有可能会把单子压下来的，这种险你千万不能冒，所以这座山你无论如何得迈过去。在和这种人接触的时候话不要太多，该走的时候就得走，但该来的时候一定得来，你要做的就是让他先记住你这个人，一次不行再来一次，当然也可以偶尔怕得临阵退缩，在回家的时候为下一次鼓鼓勇气，但不可以每次都这样跑掉，事情还等着你去做呢。你也可以来点强制性的送礼，比如找到他的窝，在他没在家的时候留下你的礼品和名片或者再加上资料，他的老婆也许会比他更好说话一点。

也许过不了多久你会发现他不会再对你凶巴巴的，更有可能会换来他的点头。所以说对这种人怕归怕，但一定不能放弃，因为他并不是对你一个人凶对大部分的人都这样，但医院还是要进药的，要进药的话就不可避免的要和医药代表打交道了，你死不悔改的举动不会让他对你大打出手的，谁坚持下来谁的机会就会大一点，碰到这种人是不幸中的大幸。冷漠型的人我到现在还没有研究出个道来，不知道这种人到底是什么性格，就是现在其实我也没办法搞定这种人，所以你要是碰到了这种人我也没办法帮你，只有建议你多走几趟看看他是否会因为脸熟而态度会好点。

要是你碰到了一个亲和型的主任，你千万别因为他和你很客气，而让这种表像冲昏了头脑，其实这种人做事优柔寡断，思路也不会太清爽，在单位里说话的份量也不会太重，没什么人会太把他当一回事，所以说就算是搞定他也不见得一切ok，你还得找个重量级的医生填单才会有把握一点。

搞定了药剂科以后你就得找医生填单了，现在在我们中国的医院有一个奇怪的现象，只有医生收信封才会收得从容不迫，其他岗位的人对信封还象是行政单位里一样，不敢轻举妄动的，所以说对别人，你塞信封一定得找个合适点的机会，送点实物大都没问题。对于医生你就不用那么客气了，直接和他说：“\*医生，您帮我看看这个产品好吗?想请你填个单子。”递上你的资料、申请单、一个五百元的信封，这个中间当然也会有点推啊拉的动作，但只要你坚持把信封放在一个他自己认为是个盛情难却的地方，大家的注意力都会回到你的资料上来的，但是现在稍微大点的医院形势渐渐趋向委婉，很多科室主任不直接收受红包，风险性太大，另外我送红包，别人也送红包，竞争性不够强了，作为外企或者稍微有实力的企业都更趋向于帮医生发表论文，搞职称晋升，做科研，很多人不知道发表论文的途径，现在网上有很多的论文中介公司，像我们公司一直都跟广州的一家博雅论文辅导中心合作，比较可靠，现在职称论文很难搞，一般都要核心，给医生发2篇论文晋升职称，人家感激你一辈子。

接下来的事也就相对来说简单一点了，你要是想把握大点你就想办法打听一下药事委员会的成员，拜访两三个成员，我们这边的行情是每人三四百块大洋再加点海鲜或者土产什么的，你就等着进药谈扣率吧!

在这个程序当中，有一点还是蛮重要的，就是时间，一般和药剂科接触是在开药事委员会之前一个月，医生填单和拜访药委会成员应该控制在开会之前一星期之内，不然时间太长也许人家会忘掉那几百块钱。

以上所说只是本人多年做药的一点心得，只是想帮一下我开头所说的那群没专业、没关系、有交流kb症的人，并不是什么九阴真经，难免会有不同的情况，还望各位跟据自己的情况看看能用则用，不能用就当是在下我浪费了大家的时间害你看了这么大堆的废话。

**医药销售代表心得体会范文篇二**

通过这次的实训，我认为我学到了很多。虽然我们的成绩不理想、不好。但是我认为我们并没有失败，只是暂时的不成功而已，为以后的成功我总结了以下几点：

一要找准自己的定位

在这次实训中，我们担当着重要的角色：

1.企业形象的代表者

2.产品信息的传播沟通者

3.消费者的生活和消费顾问

4.为顾客服务的企业大使

5.连接企业与消费者之间的桥梁

作为一个白酒促销员我必须是：

1.主人/使者

我欢迎顾客的到来，热情的问候他们，尽力满足他们的饮用要求。

2.公司的代表

我是公司的桥梁，我的言行举止代表公司的形象，我对顾客，销售点同事的举止和外表必须得体。

3.专家

我有良好的白酒知识，对白酒有比顾客更丰富的认识，但必须谦虚。我可指出不同品牌白酒之间的差异，教顾客如何品味白酒。

4.促销员

促销和销售白酒。劝说顾客，促使饮用其它品牌白酒的顾客接受我们的白酒。

5.市场的信息反馈者

将竞争对手的动向，销售点需求和新发展等信息反馈回组长。

二、我们要达到基本素质的要求

促销是一门很深奥的学问，要成为优秀的促销人员，必须经过长期的专业训练，要精通心理学、营销学、表演学、商品学、人际沟通等知识，同时还需要具备一定的基本素质： 敬业的精神 充沛的体力 工作的热情

明朗的个性 谦虚的品质 责任感

创造性 易于亲近 自信

诚实 上进心 冷静

细致的观察力 良好的记忆力 不屈的精神

以上素质是一个优秀的促销人员应该具备的，在实际生活中没有任何一个人是十全十美的，并不是所有的人都能具有上面的全部，但有三点是一个促销人员应该具备的基本素质：敬业精神、责任感、上进心。

从公司的角度来说，希望促销人员具备以下能力：

1.积极的工作态度

2.饱满的工作热情

3.良好的人际关系

4.善于与同事合作

5.热忱可靠，忠实于公司

6.独立的工作能力

7.具有创造力

8.充分了解白酒的相关知识

9.了解洞悉消费者的真正需求

10.达成业绩目标

11.服从管理人员的领导

从消费者的角度来看，受欢迎的促销人员有以下特点：

1.外表整洁

2.有礼貌和耐心

3.亲切、热情、友好的态度、乐于助人

4.能提供快捷的服务

5.能回答所有的问题

6.传达正确的信息，介绍产品所有的特点

7.关心顾客利益，帮助顾客做出正确的商品选择

8.耐心地倾听顾客的意见和要求

9.记住老顾客的喜好

正所谓智者千虑必有一失，愚者千虑必有一得。我相信，不管我是智者还是愚者，都会一步一步慢慢的走向成功。

**医药销售代表心得体会范文篇三**

首先我们销售人员必须端正经销商的心态、培养中高端产品营销意识。经销商接手一个新品牌虽然之前对这个品牌有过一定的调研和了解，但是对这个品牌的企业文化、营销模式、营销理念毕竟还了解得不会很透彻，为此，我们必须积极耐心得向经销商传达白云边股份有限公司的经营理念和企业文化，同时通过成功的案例对经销商进行引导和鼓励，以此激励经销商看到希望，坚定信念、下定决心、全力以赴。

当一条路逐渐变窄的时候，我们应该发挥自己的想象和能力去把道路扩展。由此引出近两年最为火热的团购。首先要明白团购的概念，团购俗称集团购买(很多人合起来一起购买也是)，也就是大宗采购，是一种集体购买交易行为，是消费者或消费群体与生产企业发生的一种交易行为。这种方面的营销又称为大客户营销，是指针对有购买力、有影响力的团体采取针对性的沟通策略和销售方案，完成对核心客户的掌控。首先我们要明白那些进行团购的原因。而也要了解我们要发展团购业务的目的。通过开发团购业务，影响政务、商务、社会白领等高消费群体消费，带动政府消费圈。通过社会核心人群的榜样力量树立企业形象、带动品牌提升和扩大品牌影响力。

随着市场消费需求的不断增加，各白酒品牌竞争的日益加剧，团购将成为一股中坚力量引领白酒新一轮的飞速发展。

由于市场形势的急剧变化，团购在酒水营销价值链中的地位迅速上升，当前已经跻身主流渠道之列，团购这种销售方式是未来白酒行业营销渠道的大趋势。

而关于定制酒，又是扩充道路的一辆挖掘机。定制酒始于十七世纪的欧美，而在中国白酒业的盛行却是在近几年。自20xx年茅台定制酒浮出水面，获得了业内的极大关注之后，定制营销被各大酒企业快速跟进。目前，定制营销不但在名酒企业流行，也开始向区域强势品牌蔓延，并逐渐成为一种新的营销风尚。

随着白酒行业结构调整升级的加快，以及政务、商务用酒高端化趋势的凸显，定制酒发展速度正在不断加快。随着白酒市场竞争日趋激烈，消费群体细分已然成为未来白酒行业发展的主流趋势。\"定制酒\"是对传统白酒的一种传承与创新，而针对目标受众量身打造的品牌才将是潮流的引导者。

发展定制白酒具有重要意义：有利于加强品牌形象建设，作为企业品牌形象的生动载体，可以深度、持续地宣传企业品牌，受众在视觉、知觉的双重刺激下对品牌记忆更持久、传播效果更佳;对于提高品牌影响力，加强品牌口碑宣传，提升品牌美誉度起到深远的影响;有助于减少企业消费白酒的支出成本。因为定制酒直接面对厂家定制，有效减少销售中的渠道环节。

对于销售方法那是数不胜数，对于一些白酒业务不是很发达的地区我们可以采用让一部分人先喝起来这种带动性的方法，首先针对一些特殊的地方，比如酒店、宾馆、政府招待所等场所，进行重点突破，然后再转向经销商。酒店内主流白酒销量及主要促销手段方法(每日、每月)各档次品牌名称、度数、进店价、售价、瓶盖费兑换、消费者促销、客情公关提前做好摸底调查。首先要对即将见面的客户进行初步的了解，通过中介人、其它客户对该客户进行初步了解。拟好拜访内容。把见面时可能要谈到的内容列出来，想好怎样表达，进行好语言方面的组织;还要预计到客户可能会提出的一些问题，先换位思考，回答客户可能会提出的问题。

总之，我们要把握住核心原则，迎难而上，不怕艰辛，为公司，也为自己打下一片蓝天。

**医药销售代表心得体会范文篇四**

销售是一门艺术，不但需要掌握必须的理论知识，还需要不断地实践和总结，才能提高和提高，才能成为销售的高手。

1.销售是一门需要钻研的艺术

如果我问，假如你仅仅明白某企业对你的产品有需求，而你对这家企业根本不熟悉，甚至连负责人姓名都不明白，你有几分把握仅仅电话就能把生意做成恐怕没几个人有信心，这是能够理解的。但如果我告诉你某企业的业务员平均成功率能到达80%，估计你不会相信，但这确实是真的!他们销售的不是复印纸这类低价值的通用产品，而是价值上万元甚至几万元的设备，这一几乎不可能的成功率他们却做到了，所以能在20xx年时间里从一个几个人的小公司成长为行业知名企业集团，公司老板也从不名一文摇身一变，成为亿万富豪。他们成功的有力武器就是一套独特的电话营销技术。

打电话也有学问当然!为了培训业务员的电话营销本事，所有进公司的新业务员必须理解3个月的强化训练才能正式上岗，在三个月里，他们系统地培训业务员的电话营销技巧。例如，如何打听对方领导的办公电话和家庭电话，如何让对方有耐心听你讲几分钟如何声音的语音语调增强赢得的信任感如何谈回扣而让对方没有顾虑等等，相当地细致精准。当然，电话基本谈好后，终还得上门签定合同，当然还包括从敲门、握手、递产品画册开始到送回扣、签定合同整套过程中的技巧培训。为了增强实战效果，他们还时常以实景话剧方式锻炼业务员，发现问题立即纠正。培训结束的考试是由老板亲自扮演客户，对业务员的整个业务进行实战考核，不合格者则予以辞退，这就是他们电话营销取得如此高成功率的根本原因。

从这个例子能够看出，一个似乎再简单可是的电话营销里就蕴涵着如此深的学问，更何况其他营销手段!日本连续十几年的保险销售冠军原一平堪称销售界的世界级顶尖高手，可是如果你看过他的传记，就明白他能有如此骄人业绩并非是天生的，而是自我的艰辛努力实现的。他能够为接近客户而去学高尔夫和钓鱼，他能够为增强自我的亲和力而几个月对着镜子练习微笑，我们付出过这样的努力吗

2.送礼不如送感情，要做生意先做人。

如果你认为销售就是吃吃喝喝，再给点好处就能搞定，那只能说你差得还很远!一位朋友给我讲了他的故事：有次他准备带货去东莞某医院，临出发前听说那家医院新开了个门诊部，正好当天开业，于是灵机一动，赶紧去花店订购了4盆花篮一齐带上。到了东莞就直奔新开的门诊部，门口已经放了不少花篮，但外地的仅有他带去的那四个。院长十分感动，留他中午一齐吃饭，吃饭过程中，医生跑过来告诉院长设备坏了。这在通常情景下，医院是不可能理解设备的，当然货款也不可能给，这下他慌了。但很意外，院长却反而安慰他说：“没关系，设备留下，午时就打款，过几天你给我换换就行了”。这就是感情的力量，他从你的细心和真诚中感受到了你值得信赖。买花篮只可是花了几百块，但如果这一单搞砸了，损失则是几万块。

这位朋友的销售业绩一向雄居所在公司首位，其实你看他，貌不惊人，才不压众，嘴笨舌拙，又不懂专业知识，他凭什么就这么厉害用他自我的话说，就是“用心”。当然，有人会问：难道这些人就不收好处了当然不是，问题是好处人人会送，没什么稀奇，但仅有同时能送上“感情”的人才能出类拔萃成为高手。

3.眼光必须要长远

一位销售人员在年二十八准备回家前，打了个电话给某老客户，开玩笑地说：“怎样样，给兄弟做一单吧，凑点路费”，对方笑着说：“你来吧!”，就这样，早上带着设备出门，连现场测试都没做，午时就带着全款回来了。这在其他同事看来简直是不可想象的事情，他却简便做到了。问他缘故，他说：“上次去的时候，他们单位经费很紧张，那一单我按照公司给我的底价给了他，十分便宜，自我一分钱没赚着，还赔了路费。这让对方十分感动，总觉得欠我一个人情，所以承诺以后有需要就先照顾我。”

我们能够想想，如果是你，愿不愿意做一单赔钱的生意对方说经费紧张，你会相信吗你能相信他以后还会找你买设备吗这就是一个人心换人心的问题，可能对方是个白眼狼，不记得你的情，那就得看你的眼力，当然，也得有赌一把的决心!就是这位销售人员，曾很自信地对我说：“我就是躺在家里，随便打几个电话生意就来了!”别人不相信，我相信，这就是顶尖高手与普通销售员的差距。

4.口才不重要，让客户信任才是重要的。

通常人们认为从事销售工作的必须得能言善辩，巧舌如簧。但高手却认为，重要的是赢得别人的信任。有位销售人员，每月销售量是其他人的几倍，但平时少言寡语，讲话还带有浓厚的方言味道。有客户曾告诉他：“我之所以买你的货，是因为你一眼望去很实在，我放心”。一位此刻已经升任ceo的老销售人员亲口告诉我，善于倾听才是他的秘诀，夸夸其谈，试图诱导顾客的思路是很愚蠢的。我有位朋友说话有些磕磕巴巴，可就是这样口才的人，在担任某企业内蒙古区销售经理期间，竟然短短几个月内把业务量提高了三倍。可见，只要善于与客户沟通，取得信任，口才不好的人照样能够纵横市场，反过来，只识一味夸夸其谈的人往往会引起顾客的反感和抗拒心理。

接触销售精英，你会很快发现，他们大多都是心理专家，能够在短时间内对谈话对象的性格特点有准确的确定，迅速根据客户性格和需求的不一样制订对应的洽谈策略。包打天下的套路是没有的，仅有因地制宜才能提高成功率。而这些，也都是他们在实战中逐渐锻炼和总结出来的。

**医药销售代表心得体会范文篇五**

首先感谢公司给了我一次外出培训学习的机会，通过这两次的学习让我学到了不少关于销售，人生知识，相信在以后的道路上能给我指引方向，少走弯路。

传统意义上的销售，是通过一切手段把东西卖出去，把钱收回来，这里的一切手段包括坑蒙拐骗，所销售的业绩是短暂和偶然的，当然没有战术，没有方法的销售也是低效率的销售。如同拿挺机枪在马路上乱突，倒下的战利品，没倒下的也不知其所以然。

现实中，销售精英们往往是精准销售，有战术，有体系，有制度，有方法，如同战争里面的阻击手，往往是一颗子弹干掉一个敌人。

通过这次培训让我对销售有了更深的认识，首先是一个企业的销售由三个部分组成，老板营销力，团队营销力，和个人营销力，老板负责营销系统，团队负责营销管理，个人讲的是沟通技巧，一个企业的销售应该按照这个大方向来执行，这样销售才会进入良性循环，产品销得好，企业有生命力。

作为个人应该在遵守公司营销系统和营销流程外，努力提高个人沟通技巧，其中沟通技巧主要有两点需要注意，第一就是在销售沟通初期，能够把销售目标模糊化，客户信息清晰化：第二点是献殷勤，其中有个词语叫做感动，尽量多的给客户制造意料之外的事情。老师提到，营销有98%是经营人性，只有2%经营商品。

如何提高客户满意度这一点老师也有全面阐述，服务好坏，满意与期望值有关，客户的期望值与承诺有关，所有要尽可能少的可以给承诺太多。结合到现实中，许多客户对我们公司的仪器设备挑三拣四，服务如何如何不好，仔细回想一下和当初的承诺就不难找到原因。

在介绍产品时，应该把加一些负面信息和数字信息，这样能够快速提高客户的兴趣，比如某某厂因为环保超标罚款1000万rbm，某厂在海关被查等等。

何老师讲的销售翻番的秘诀中，主要是对一些实际个案进行分析讲解，个人形象问题，基本礼仪问题，站坐行姿势等，种种细节其实是更是我们应该注意到的，在孤岛逃生的游戏中，我学到了在分析客户心态中，客户所想的其实我们很多并不清楚，很多时候我们都以为客户明白，其实客户并不明白。在我们现实业务中这样的案子太多了，行行行，其实什么都不懂，如歌了解客户真是心态，是一门很大的学问

何老师认为每个业务都应该有自己独特的魅力，不管是正派还是歪门邪派，做业务最怕没个性，这点我认为很对，现实中个性业务太少，普通业务太多，太平凡，太普通，很难独树一帜，这样就容易引起客户视觉疲劳。在个性培养中我觉得还有很多地方需要提高。

石老师说人要弄清楚为何而生，才能明白人生的价值，这个问题是在是个很大的问题，我常思索这个问题的答案，记得周恩来曾为中华崛起而读书，而我们又是为什么而生活呢，希望做一个对社会有用的人，能够帮助更多需要帮助的人我想应该是我的梦想。

**医药销售代表心得体会范文篇六**

做了几年的医药代表，感慨颇多，也许我们在很多时候也会常说坚持就是胜利，但是问题在于真正有几个人能够坚持到最后呢?成功的人毕竟在少数，因为他们能把工作当作是一种习惯，始终如一

主动......只有主动才会有成功的机会。刚开始做销售员的时候，我每次去药店拜访回来，同事或是领导问我为什么没有签到单?我就会对大家解释说：“因为这样......因为那样......!我的任务没完成，我总是在找借口，在抱怨环境恶劣，别人生意不好之类的，在我找借口的同时我觉得自己变得越来越消极了。有几次都对领导说我不想做了，真的做不下去了，我的领导也是我的好朋友他就会不厌其烦的教我鼓励我，每当我情绪低落的时候，我都会看看他发给我的那些鼓励我的信息，就会暗暗给自已鼓劲，在内心反复的念着你一定行、你一定行的，我坚信一点，只要有付出，就一定会有回报的。事实证明我比以前进步了。

始终如一......给自已在不同时期制定一个销售计划。

我刚开始处于一种积极向上的心理状态，就把拉单做为一种首要目标，现在想来真可笑，可以说是一种没有方向性积极，最后事倍功半，得不偿失。争强好胜的我太急于求成了，最后搞得自己精疲力竭。现在我不同了，我为自已设定一个时间表，一个销售计划，今天我去拜访哪里，明天我又要去先做什么，后去做什么。在对待自已的业绩上，我以自已上个月的目标来衡量，哪怕在这个月我只增长了几十块钱的销售额，我也会感到很有成就，因为我的销量在不段的增长，只因这样，我一直保持着一种乐观的态度去对待工作。在客户跟进方面，我能站在别人的角度去考虑问题，别人不可能第一次就与我签约，但对我们产品好象感兴趣的客户，我就在本子上做上记号，作为重点筹划如何进行下一次的跟进，可能我定的目标是在第二次的接触中让那些在第一次接触中认为我们产品广告力度不够的客户，一次又一次的认同了解我们的产品，我深信将带来的是最终的成功。

客户至上......要耐心听客户的反馈。

作为一个销售人员，我们的时间是有限的，所以我们每去一个地方都是在计划内的，我们不可能对那些点头的客户都觉得有希望，而在一个月的时间里个个不放过，从而浪费了大量的时间在那些置后合作的客户身上。但你可以应用你空闲的时间来打打电话，想一些方法和语句来探探风，来决定客户的急迫程度。

三赢思维......站在公司，客户，自身的三方角度上思考问题。

在整个的销售过程中，有时我可以通过言语直接告诉我们的客户，我们做为一个公司的销售人员，我们一定会站在他、公司与自身的角度，去考虑事情，这样对客户直说，客户就会觉得我们坦诚，因为他们最怕一些不诚恳、不守信用的人，让你的客户加深对你的信任度，那你也就快将要成功了。

知己知彼......先理解客户，再让客户来理解我们。在进行完与客户第一次接触后，我们一定会碰到许多客户因不理解、误解产生问题而将我们拒之门外的事。也会因一些老客户用了我们的产品后，因很多主客观的原因，不愿同我们继续合作下去。当遇到这样的一些障碍时，我们不能先去抱怨客户，他不够理解我们。要先了解事情，难后站在他们角度上想一下问题，近快把能解决的问题处理好，重新把客户争取回来了。

不断创新......不断超越、不断成长! 我们作为一个销售人员，一定要有不断超越的精神,让自己不断的成长!其实除了看书外，我认为在工作中，用心去学是相当重要的，我们能从客户那里学到丰富的产品知识及产品美中不足的建议,我们也可以从同行那边学到知识，那样才能“知彼知己，百战百胜”，在竞争中，让自已处在一个有利的位置。我们要不断的超越自已,在不断超越自已的同时，你已经超越别人了。我一直保持着一种乐观的态度去对待工作，我相信总有一天会轻松到达顶峰!

**医药销售代表心得体会范文篇七**

一、加强理论学习，提高理论素养

加强理论学习，提高理论水平和解决实际问题的能力，在改造客观世界的同时改造主观世界，是新时期对干部的基本要求。由于自己从事工作的性质和任务对学习和了解掌握的新知识有着更高的要求，要做好本职工作，就必须首先自己用理论武装头脑，吃透上级精神，领会精神实质。坚持每天阅读各类文章，并认真做好读书笔记，努力做到融汇贯通，联系实际，举一反三，立足本职，做好工作的自觉性不断增强。根据日新月异的形势发展变化，我十分注重学习新知识，熟悉新学科，努力适应新形势、新任务对本职工作的要求。特别是5月份到分局工作、学习各项业务知识和各项规章制度。把学习理论同实践结合起来，开阔了视野，拓宽了思路，丰富了自己。

二、摆正位置，认真做好副职工作

正副职的关系能否有机协调，直接影响一个领导班子的战斗力和凝聚力。我在处理正副职的关系中，做到了在思想上尊重正职而不俗气，感情上与正职融洽而不庸俗，组织上要服从正职而不盲从，工作上主动配合正职而不越权。一年来协助所长完成了分局下达的各项任务。

三、工作方面:

1、认真开展市场监管工作

市场监管是一项很累但又很重要的工作，我跟着所里经验丰富的同事去巡查市场，在巡查中，及(本时了解经营户的经营情况，调解纠纷，不失时机地向他们宣传常用的工商法律、法规，让他们做到知法、懂法、守法。同时督促经营户做到证照齐全并悬挂上墙，规范经营户的经营行为，做到诚信、守法经营，自觉维护消费者的合法权益。我们认真履行工商执法职能，严厉打击经济违法违规行为，经常对上市的商品进行检查，力求各类商品符合法定要求，努力创建文明农贸市场。

2、加强食品监管力度

安全责任重于泰山，食品安全责任重大，直接关系到人民群众身心健康。我们把食品经营户作为监管的重点对象，严把市场准入关。结合《国务院关于加强食品等产品质量安全监管的特别规定》颁布实施，我所在食品监管工作中在严格执行市场巡查制和包保责任制的基础上推行了五项措施。一是规范经营户商品目录，要求经营户认真清理店内商品，逐个登记，做到心中有数;二是公示经营户代理的重要食品商品质检报告，接受消费着监督，保证商品质量过关;三是规范商品样品，对于样品时间过于长久，过期、变质等商品，督促其及时处理和更新;四是督促经营户整理进销货台帐，公示进销货票据及质检报告，便于消费者查询和工商部门检查;五是推行诚信制度，经营户公开诚信经营，树立自身形象，接受社会监督。我所为了加强食品安全监管力度，每逢圩日，我和所里的同事都会对市场上的食品进行专项检查。以人民群众生活和健康最密切的食品如大米、面粉、食用油、水发产品、饮品、儿童食品、保健食品以及季节性食品和食品添加剂为重点，以集贸市场、批发市场、商场超市、食品集散地和学校及农村重点区域为重点对象，检查是否无证无照、租借证照、超范围经营食品违法行为和食品经营进货检查验收、索证索票、购销台帐等市场准入制度的执行情况;整治制售假冒伪劣等食品经营违法行为。检查有无销售掺杂掺假、以次充好、有毒有害、过期霉变和不合格食品等违法行为;着重纠正不符合食品经营卫生规范及可能导致食品污染的食品经营环境卫生“脏乱差”现象。使食品市场经营秩序进一步得到规范。

四、廉洁自律。

在日常工作中，我始终要求自己做到“不为私心杂念所扰，不为人情世俗所困，不为不正之风所压”。我常以反面教材为诫，让警钟常常鸣撼于耳畔，日常时刻牢记全心全意为人民服务的宗旨，廉洁奉公，艰苦朴素，保持了人民公仆的本色。今年以来，我能认真贯彻执行上级决定和决议，服从组织安排，严格依照党章办事。在日常工作中，认真落实“四项纪律八顶要求”，做到廉洁奉公、严以律己、宽以待人。始终牢记职责，依法行政，保证洁身自好。

这一年来我的工作虽然取得了一定成绩，但也存在一些不足，主要是思想解放程度还不够政治学习抓的不紧;在服务上还有一定差距;在督办上还需要进一步加大力度。在今后的工作中，我一定认真总结经验，克服不足，努力把工作做得更好。

**医药销售代表心得体会范文篇八**

20\_年对于我来讲是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年、是感恩的`一年。首先要感谢领导对我的教诲，感谢团结上进的同事帮助和鼓励，感谢我在沮丧时鼓励我给我打气的同事们，感谢信逸和给我这个上升的机会。

来到公司已经快半年的时间，从一个不懂得销售的人员，到地产销售主管的这个位置，当中公司给了我很多的动力，同时也给了我很多培训机会，让我在这个行业有了上升的空间，逐步的找到了在房地产销售中的乐趣。我愿意认真执行公司下达的销售政策，并和其他销售员一道努力拼搏，积极开拓市场，较好的完成公司销售业绩，同时，也提出了自己对销售的观点。作为房地产销售主管，配合公司做好日常管理工作，是销售人员和总监之间的枢纽和桥梁，及时发现案场问题，及时解决问题，同时，也负责日常销售统计工作等，主要工作如下：

1、协助总监做好日常的管理工作。

(1)严格遵守并执行公司各项规章管理制度，起到以身作则的带头作用。

(2)协助总监做好工作安排，制定值班人员安排表。

(3)自觉遵守作息时间，协助销售总监做好考勤、考核制度，严禁迟到、早退现象发生，如若发现，按人事管理制度执行。

(4)协助总监每周组织销售人员开总结例会，分析上周销售情况、问题、提出建议。

(5)严格要求销售人员的仪态、仪表、言谈、举止，热情礼貌对待客户，提高服务质量，树立品牌形象。

(6)爱护公务，带头做好售楼处的清洁卫生工作。

(7)培养集体协作精神和工作默契，其他员工接待客户时，应积极主动地给予配合，促成及成交，对于不能成交的原因，进行分析、总结、及时地给予配合，把握机会达成成交。

2、解决客户提出的疑难问题。

(1)如果销售人员由于销售经验不足，可能无法回答有些客户提出的问题，这时，就要销售主管出面，为客户解决疑难问题，取得客户的信任。

(2)用诚恳的态度、平和的心情倾听客户诉说，取得客户的理解。耐心而细致地同客户沟通，稳定客户的情绪。

(3)认真地向客户阐明公司的工作程序和原则，想办法解决客户提出的疑难问题，尽量赢得客户对本公司的信誉与个人素质的认可和信赖。

3、日常统计工作。

(1)每天认真统计电话量、区域、客户群、找准销售定位。

(2)认真统计到访客户量、客户需求、面积、户型、反映的问题比例。

(3)每周对电话量、到访客户量进行总结，在每周公司销售例会上进行汇报。

(4)了解项目的价格、户型、朝向、面积、定位、交通、周边环境和配套等，抓住卖点，做到心中有数，沉着应付。

(5)了解市场情况进行比较、分析，找出销售难点和影响因素，协助主管提出方案和建议。

(6)做好定金收据、认购书、佣金收据的核对、登记、存档，有错漏要及时向公司领导汇报。

(7)做好收款、销售登记工作、做好销售进度表。

(8)跟踪客户的补丁、定首期、签合同、收按揭资料、办理按揭手续等工作。

(9)做好销售报表，销售总结，每周例会向公司领导汇报。

4、周边项目竞品情况。

(1)定期组织市场调研，收集市场信息，分析市场动向、特点和发展趋势。

(2)收集有关房地产的信息，掌握房地产市场的动态，分析销售和市场竞争发展状况，提出改进方案和措施。

(3)负责收集、整理、归纳客户资料，对客户群进行透彻的分析。

销售主管要起到带头作用，多配合领导和公司的工作安排，要团结销售人员，要有凝聚力、执行力、创新力、组织能力与指挥能力。

从今以后要严格要求自己，认真负责做好本职工作，努力弥补自己的不足之处，多学习专业知识。我的成长离不开领导帮助和同事的支持。

**医药销售代表心得体会范文篇九**

现在我们己经清醒的认识到如今是商品同质化、服务差异化的时代，消费者己不再把在哪里消费看得那么的重要，而注重的是购物时所带来的深层次的满足。时代的进步以及新华书店集团改制不仅注入了新的体制，同时也为我们带来了新的服务理念。图书市场早己从卖方市场转变成为买方市场，敏锐的感觉市场变化以及顾客新的需要成为对我们新的要求。

首先，我们要转变思想，认识服务的重要性。以前我们的工作要求仅仅是干满勤站满点，主动热情得对待顾客，而如今我们要从更高的层面来理解服务，服务不仅要以积极主动热情为目标，更重要的是以满足顾客需要为己任。只有热情、真诚地为顾客着想，才能带来顾客的满意。不论我们有多么好的书，如果服务不完善，顾客便无法真正的满足，甚至会丧失书店的信誉。所以我们要真正的为顾客着想。

以前我们认为，只要我们对服务态度加以注重，就会很容易了解如何满足顾客需求，就能做好销售工作，但事实上，并非如此，想要确定哪些销售行为可以讨好顾客，满足顾客的期望是很难的。这就要求我们有完美服务的意识，和敏锐的感知力。

那我们要从哪些方面去做呢?

一、微笑是对顾客最好的欢迎

微笑是对诚意的最好表达。所以当我们接待顾客时，我们要把顾客当朋友般施以真诚的微笑，让微笑成为我们与顾客良好沟通的开始，把微笑当成彼此的纽带。

二、树立顾客永远是对的理念，打造优质服务

不管是在售中，还是售后，有了问题的时侯，不管是谁的错，我们都要及时解决，不能采取回避、推脱的态度。要积极听取顾客的反馈意见，主动做好解释工作，让顾客感受到重视和尊重。

三、处处为顾客着想，用诚心打动顾客

让顾客满意，重要一点体现在真正为顾客着想。处处站在对方的立场想顾客所及，把自己当成对方，在推介图书的过程中，时刻要牢记解决顾客的六个问题：我为什么要听你说、这是什么、对我有什么好处、那又会怎么样呢、谁这样说的、还有谁买过。这样才能真正打动顾客，以诚感人，以心引导人。

四、多听听顾客声音，给顾客准确推介

当顾客来购书时我们并不能马上判断顾客的来意和喜好，所以需要仔细对顾客进行了解，认真分析顾客是哪类的人，比如：学生、老师、农民、司机、老板等等，尽量了解顾客的需求，努力做到只介绍对的不介绍贵的图书给顾客，培养忠实顾客。我们要在平时提高业务水平，了解自己商品知识，不能在顾客询问时一问三不知，影响顾客对我们的信任感。

五、掌握沟通技巧，热情接待顾客

说话语言是一门艺术，在我们工作中也是十分重要，讲究语言技巧，会拉近我们与顾客之间的距离，更好的开展我们的工作。我们常常遇到顾客反映我们的书价比较高，我们就要引导顾客换个角度来看我们的图书，让他感觉物有所值，比如：我们有正规的渠道，有精美的装帧，有正规的退换货服务等。在工作中，我们要熟练使用服务敬语，做到主动热情周到。

在我们的工作中开展完美服务，真心实意地为顾客着想，千方百计地让顾客满意，才能树形象、得口碑，创造更好的效益，企业才能更加强盛。

**医药销售代表心得体会范文篇十**

作为一名产品研发人员，平时工作更多的是和技术、机器打交道，对于产品销售、市场人员知之甚少，能够有幸参加为期两天的销售培训课程，深表谢意。销售课程是由著名的培训老师 — 金其庄老师进行讲授，其老道、风趣、幽默的语言，加之有些 yd 的行为举止，将两天的课程弄得有声有色，很是精彩。不得不佩服金老师，在销售知识方面的见解深刻，对组织销售的各个关键环节都分析得透彻，讲得也是深入浅出，使我这个门外汉也能听懂些许。

对于销售，根据目标对象不同，将其划分为个人销售和组织销售。对于个人销售的方式，更多的是一锤子买卖，能宰就宰，能成一单算一单，不需要太多的技巧，只要拥有三寸不烂的舌头，就离成功不远了。相比这种简单类型的销售，对组织进行销售复杂度就高很多。组织销售的复杂度来源于各个方面，如需要和一个组织里的多个部门打交道，将会面对更多的竞争队手，项目的周期往往跨越了较长的时间，销售的不只有产品还有服务以及信誉等等。

如何才能在复杂多变的大型销售案中赢得最后胜利，什么才是组织销售的关键因素?且听金老师娓娓道来，之所以用“娓娓”这个词，实在是金老师经常发出一些非常阴险的笑声，似男非女，非常邪恶。金老师也承认运气和个人关系是一个很重要的因素，但并非全部，在产品质量相差无几的情况下，正确的评估自身的位置，采取相应的战术策略，并对竞争对手进行必要的打压围堵，才更有机会将产品成功销售给客户。早期传统的销售，由于产品物质的缺乏，客户对产品、市场了解粗浅，模糊，市场更偏向卖方，采购的决策权往往就那么一两个人说的算，只要和关键人员搞好关系，就能够很快的将产品销售出去，特别要是拥有了红头文件，财源将会滚滚而进。

但现在随着市场的快速发展，技术的不断开放，越来越多的产品进入同质化的阶段，产品之间都没有太明显的优劣，这就意味着竞争将加剧进入白热化，甚至到了你死我活的阶段，市场转向了买方市场，客户也拥有了更多的选择权，我们需要一套有效的销售策略，能够快速有效的将项目向前推进到有利的地形下，为公司企业的生存发展赢得更多的空间 .

金老师将多年的实战经验和理论修行 , 完美的融合在一起 , 总结出了对于个案的四个通用过程 : 分析现状、思考提升竞争力的措施，拟定行动计划，执行跟踪计划。可谓字字精炼，句句精辟，不愧为大师，说得真是浅显易懂。当然大师不单把口决心法传授给我们，还通过各种案例实战，增强我们的理解。

首先，对自身的现状进行 swot 分析，对于 swot 矩阵分析法，自己很早以前就已经掌握，所以这块的学习没有碰到什么困难。

其次，在对现状进行分析后，需要确定出当前的状况，通过直观的感觉将当前所处的境地表明出来，为了能够使“感觉”变得更加可靠，金老师提供了一个“感觉尺子”进行度量。在这个细分的尺子里大约有十个感觉刻度，分别表明了对当前阶段情形的看法，如舒服，糟糕等。也许正因为每个人对一件事情的判断标准不同，感觉相差各异，才需要这么一把尺子进行衡量，并在一个团队内达成统一的认识。与此同时，通过这把尺子，前辈及大师可以进步纠正一线员工的判别能力，更精准的传授经验。

再次，在对当前的销售形势有了直观的感觉后，便可以对组织结构、关键影响因素进行更深入的分析。如果这个项目是一言堂，老板或高层有完全独立的采购权，那只需要集中精力向此人发攻，在恰当的时间恰当的地点，将此人“迷倒”，把单下了。但绝大部分的组织销售，特别是大型销售往往涉及到多个利群体，所以事情就复杂多变。突然想到在软件工程领域，在面对一个复杂的问题，有个很重要解决问题的方法论，那就是“分而治之”，我想也同样适用于销售吧。果不其然，金老师将目标组织，进行分解，划分为“掌管经济拍板权的决策人物 eb”、“掌管技术影响决策的人物 tb ”、“业务操作的使用者 ub ”以及“引进销售的关键人物 coach ”，对这些关键因素进行分析检验，重新评估出当前的销售位置。

接着，拟定销售计划，有组织有计划的对关键点实施攻破，在实施的过程中，要不断的跟踪客户的反应状态，识别出客户是否真实拥有此需求，防止出现假单的情况，当前机会好不好，如果用户有需求，他想要谁的产品。为了能够更加精准的识别用户当前的反馈形态。金老师又提供可视化的四种图表，用于表明不同用户在当前形势下，所处的状态，分别是“成长形态”、“问题形态”、“平衡形态”、“自满形态”。通过这四种形态，识别出当前销售的可行性，并做出相应的评分。

最后，通过评分的结果再次重新测量当前的销售位置，再度拟定计划，在计划执行的过程中审时度适，关注周遭细微变化，在没有落单前，都不要掉以轻心，如同软件工程中的“螺旋式”开发一般。

通过本次课程的学习，自己对销售知识也算了解了一些，发觉方法学、策略学在很多领域都是相通的，关键在于如何灵活应用，融合贯通，而金老师正是把这些绝学掌握得如火纯青，非常高兴能够参加这门课程。

**医药销售代表心得体会范文篇十一**

20\_\_年是紧张的一年，也是忙碌的一年，也取得了一定的收获。回顾这一年的经历，经历了公司从来没有的策划模式，也完成了开始觉得不太现实的销售任务。让我对营销策划有了新的认识，也看到了大胆的广告推广方式。

回顾这一年的工作，我在公司领导和同事们的支持与帮助下，提高自己的工作要求，按照公司的要求，认真的去完成了自己的本职工作，一年转眼即将结束，现对一年的工作情况汇报如下：

一、销售部日常管理工作

销售部门是公司对外展示的形象窗口，代表的是一个公司外表，也是公司最赚钱的一个部门，是一个先锋部队。销售部工作也是最直接的，拿业绩说话。天天跟形形色色的人打交道也是最难的一件事情，特别有些客户不讲道理，死缠烂打。面对这些工作，为了完成任务目标，自我强化工作意识，提高工作效率，细化工作内容，冷静处理客户问题，力求达到客户的满意度，创造良好的客户口碑，力求各项工作准确，避免疏漏和差错，至今基本做的还是比较完善。

1、认真做好市场调研工作。对洛阳市场的信息掌握，对竞争对手的产品细致分析，每周调研做好记录，及时和团队分享，给公司产品定价提供依据，做到知己知彼百战不殆。

2、营造火爆的销售氛围促进销售。配合策划部门的活动作出应对调整，在销售现场做好总控，盯紧销售案场的每一组客户做出调整，应对突发情况，核对房源、价格、优惠等确保准确，避免疏漏和差错。(我把自己的.时间全部放在了为团队服务上面，而自己却没有了客户，没有提成，收入也是在这个团队里最低的一个人)。

3、做好客户问题的处理。客户多了什么样的情况都有，要退房的、要优惠的、有对合同条款不满意的等等。在保证公司的利益不被侵犯的前提下，与客户周旋，洽谈，不但要完成签约，还需要客户满意，提高公司的美誉度，提升老客户推介率。

二、加强自我学习，提高自身素养

在20\_\_年里，公司加大了推广力度，更新了推广方式，不同新异的推广方式让我目不暇接，在这一年里我不断加强自身的学习，专业非专业知识不停地学习，在这一年里我看完了5本畅销书(《货币战争》2本、《激荡30年》2本、《从优秀到卓越》)，为自己充电。向周围的领导、同事进行学习，尤其是林晋春老总和刘中举经理的循循善诱、孜孜教诲下，感觉到了今年自己还是有点进步。

经过不断地学习充电，不断地积累，我在日常的管理能力、问题客户的处理能力、销售案场的销售氛围营造能力等等，在这一年里又有了新的提高，保证了本部门各项工作的正常运行，能够以正确的态度对待各项工作任务，热爱本职工作，认真努力贯彻到实际工作中去。积极提高自身各项业务素质，争取工作的主动性，具备较强的专业心，责任心，努力提高工作效率和工作质量。

三、工作中存在的问题

在这一年来，取得了一些成绩，但也存在一些问题和不足，主要表现在：第一，脾气太急躁，个人心理承受能力不是很好，对某些事情个人感观较浓，说话的尺度把握有所欠缺，办事的分寸掌握的不够完美。这种性格会造成本部门和其他部门的同事造成误解，亟待改之;第二，不细心，考虑问题太少不够精细，该考虑的问题没考虑到，有些工作还不够过细，一些工作协调的不是十分到位;第三，管理方式有些“粗犷”，不够细腻，管理制度的严密性与连续性没有监管到位。

制定销售计划，按计划销售，这是完成销售任务的第一步，也是最关键的一步。销售计划的资料既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括在实际工作中如何努力完成这一目标的方法。每个人都有各自的销售特点和销售技巧，关键是要找出最适合自身的一套方式和方法。我每月的销售计划如下：在每月的一号早上就把本月的计划任务分解到每一天，每个人，然后再给自我规划一个更高的目标，在完成当天任务的同时，要努力去向高目标奋进，争取做好每一天销售。进行顾客关系管理，意思就是与顾客坚持良好的关系，从而有利于随时与新老顾客进行交流、沟通。如果对于有实力的顾客没有进行有效的跟进维护，就会导致顾客把你忘记，同时就会忘记你所销售的产品。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注、关心顾客的各个细节，与他们成为朋友，建立信赖感。在销售领域，彼此没有信赖感是无法达成任何销售的，要以诚待人，以你质最独特的服务感动顾客。在实际工作中我是这样做的;当顾客在专柜成交后，我会留下他的顾客资料，当遇到天气转变、商场活动、或者新品到货，我都会第一时间给他们发送温馨信息及祝福，并且对于那些经常逛商场的顾客，我会细心地记下他们的姓名及特征，好能第一时间给他们打招呼，让他觉得你就像是朋友一样惦记他。

在实际工作中销售人员决不可能把不好的情绪带给顾客。因为这样做的结果只会有：一使销售流产;二给顾客一个不好的印象。所以每一天上班就要坚持良好愉悦的心境，记得微笑服务彩妆上岗。给每位到店的顾客留下完美深刻的印象大街上所有的人都有可能成为我们的顾客，但很大一部分最终不会成为你的顾客。顾客总是存在的，问题是你如何寻找这些顾客，方法是要求先求质后求量的。

顾客只要来逛商场绝大部分都是有需求的，要经过察颜观色，以及语言沟通来了解顾客的真实想法。然后用你的产品独一无二的特点，无微不至的服务让顾客产生购买的欲望，从而成交。二流销售员是满足顾客的需求。一流销售员是创造顾客的需求，既所谓“攻心为上”。

第一要素就是要勤快。这就我们常说的要献殷勤，经常打个电话联络一下感情，增加顾客对你的印象。(当然不能够直奔主题，要先问候，关心他，在慢慢聊到产品，记得必须要把握好回访的技巧)

第二要脸皮够厚。遭到顾客拒绝是正常的，也是每一天都可能在发生的，所以要想让顾客认可你和你所销售的产品，脸皮就要厚一点，要有很强的承受力，即使遭到顾客的拒绝，切勿灰心丧气，精神不振。要告诉自我：我的产品是的，无人能比的。其次就要心勤、嘴勤、腿勤。可是不要一味的死缠烂打，要讲究策略和技巧。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找