

药品销售企业绩效管理建设策略解析

张萌萌

吉林省鑫万康医药批发有限公司, 中国·吉林 长春 130000

【摘要】在社会不断进步与时代不断发展的背景下, 医疗服务质量不断提升, 医疗药品管理工作也随着法律制度的不断完善得到了有效管控。对药品企业来讲, 药品销售业务决定着企业的经济收益和未来发展情况, 为了使药品企业能够实现长效发展, 企业内部就需要着重关注绩效管理工作, 利用科学的绩效管理来提高企业内部凝聚力, 发挥销售人员的作用, 以此来创造更大的经济价值。基于此, 本文就以绩效管理工作为主要探讨内容, 重点叙述药品销售企业绩效管理工作所存在的一些问题, 分析绩效管理建设对药品销售企业的作用, 阐述完善绩效管理建设的有效措施。

【关键词】药品销售企业; 绩效管理; 有效策略

我国对药品销售行业的管控力度非常大, 并为此制定了一系列的法律制度, 严格限制药品售卖的种类和数量, 并要求各个营销点登记造册, 以此来保障人民群众的用药安全。除此之外, 药品的销售管理效果还影响着药品企业的声誉和经济利益, 对其未来发展有严重的影响。因此, 药品企业就需要重视药品销售工作, 开展一系列药品销售管控方法, 设立科学、合法、合理的管理方案, 以此来保证所有的药品销售工作能够在国家法律允许范围内进行售卖。其中绩效管理就是药品销售制度中非常重要的组成部分, 所谓的绩效管理简单理解就是根据成交额计算奖金, 销售单位在合法的前提下卖的多, 赚的也就越多。在这一过程中难免会因为销售人员的个人问题或者制度问题影响销售额, 为此, 药品销售企业就需要找到这些问题的原因, 并采取有效措施积极解决。

1 绩效管理建设对药品销售企业的作用

绩效管理建设对药品销售企业的作用是全面而深远的, 其作用表现在多个方面, 包括但不限于提升企业战略执行力、优化资源配置、提高销售效率以及促进客户关系管理等。绩效管理可以帮助药品销售企业将长期战略目标细化为可量化的短期目标, 通过设定清晰的绩效指标, 确保每个员工都能理解并朝着这些目标努力^[1]。这种执行力的提升有助于企业在竞争激烈的市场中保持一致性和方向性, 确保战略规划不仅仅停留在纸面上, 而是转化为具体的行动和结果。通过绩效管理, 企业能够根据销售人员的实际表现和市场反馈, 更精准地分配销售资源。这包括将营销预算、人力资源以及产品供应等向表现最好的区域或团队倾斜, 从而提高整体的销售效率和资源利用效率。绩效管理体系通过设定销售目标和激励措施, 如奖金、提成或晋升

机会, 激发销售人员的积极性。这种激励机制鼓励销售人员提高个人和团队的工作效率, 快速响应市场机会, 积极达成销售目标。绩效管理提供了丰富的数据支持, 包括销售数据、市场趋势、客户反馈等, 为管理层的决策提供了依据。这些数据帮助企业分析市场动态, 评估销售策略的有效性, 并及时调整方向, 以应对市场变化。除此之外, 绩效管理通过团队绩效指标的设定, 鼓励团队成员之间的协作和沟通。团队成员被激励共同解决问题, 分享成功经验, 从而提高团队的整体表现和凝聚力。从员工的角度考虑来看, 绩效管理为员工提供了个人成长的平台。通过定期的绩效评估和反馈, 员工可以了解自己的长处和短板, 从而有针对性地提升技能和知识。企业也可以根据员工的绩效表现, 提供培训和发展机会。从医药行业的角度来看, 医药行业的政策和市场环境经常发生变化, 绩效管理能够帮助企业快速识别变化并做出响应。

总之, 绩效管理是一个持续的循环过程, 包括设定目标、执行、评估和反馈。通过这个循环, 企业可以不断识别改进领域, 优化销售流程, 提升服务质量, 实现持续的业务增长和优化。绩效管理建设是药品销售企业提升竞争力、实现可持续发展的关键。通过上述多方面的详细介绍, 可以看到绩效管理对企业的重要性, 它不仅影响销售业绩, 更关系到企业的长期健康和市场地位^[2]。

2 当前药品销售企业管理存在的问题

2.1 管理方式过于传统

药品销售企业一直以来采取的销售手段都是服务型理念, 这种理念从原则上来看并没有太大问题, 只不过并不适用于当前的社会发展情况。当下社会, 药品销售工作应该从大众需求的角度出发, 提高综合销售服务能力, 也就

是满足社会群众的多方面需求, 而现今的很多药品销售行业并没有做到这一点。大多数的药品销售企业仍然保持着处理药品供需矛盾以及保障发放质量的基本管理理念, 严重缺乏创新。这一工作理念在新时代下的弊端主要体现在主动性上, 药品销售企业认为只要销售工作能够做到“熟练、快速、准确”即可, 这一理念并没有任何错误, 只不过会让药品销售企业长期处于被动状态, 也就是无法体现出药品销售行业的知识价值和医疗服务的社会价值, 进而也就导致药品销售企业没有办法在现今激烈的市场竞争中占据主要地位。

2.2 销售人员个人能力问题

销售人员个人能力问题对药品销售企业管理工作的影响是直接且致命的, 现今无论是社会还是人民群众对药品销售人员提出了更高的要求, 他们需要详细且全面的了解药物的成分、毒副作用、药效、不良反应、与其他药物的相克关系以及药物本身是否匹配用户需求^[3]。这就要求药品销售人员具有较高的专业素质, 如果从销售角度来看, 我国的绝大多数民众较为反感“主动推销药品”, 所以销售人员只会在用户提问时给出专业意见, 这就导致了大部分的销售人员仍然处于被动地位, 很容易错失销售机会。最重要的是我国的绝大多数药品销售企业过于注重销售人员的销售能力, 对销售人员的药学知识要求并不高, 所以就存在着药品销售人员的学历和素质普遍偏低的情况, 甚至还有一部分销售人员根本没有接受过专业的药学知识培训, 自然也就无法保证为用户提供专业的药物咨询服务。

2.3 药品信息化管理问题

在信息技术以及计算机设备的发展帮助下, 现今已经有很多的药品销售企业完成了信息化管理, 也就是将药品的销售信息录入到电脑中, 通过指定软件来计算药品数量、销售额、利润, 这种方式简单、快捷且准确, 对药品销售行业的未来发展有很大帮助作用。但是部分药品销售企业在信息化管理方面存在着“认知”方面的问题, 也就是这些药品销售企业过于注重信息化管理的安全性和准确性, 忘记了提高信息化管理的便捷性, 导致患者买药的流程过于繁琐, 频繁的完成缴费、审方、取药等步骤, 每一个步骤都需要排队, 浪费了大量的时间, 且给用户带来了较为不好的购药体验。

2.4 绩效管理制度问题

药品销售企业为了提高销售业绩, 激发员工工作积极性, 逐渐开始在企业内部推行绩效管理方案, 倾向于按照

业绩贡献获取报酬的管理方式。这种方式从理念上来看没有任何问题, 且具有较高的应用价值, 但是在实际开展的过程中, 很多企业实际执行效果有待商榷^[4]。部分企业存在着绩效管理制度不明确的情况, 也就是说药品销售企业没有给出明确的分红比例, 且最终解释权归企业所有, 销售人员的利益无法得到根本保证, 且部分企业存在着克扣员工, 变相降低员工奖金收入的情况。还有一些企业在制度方面存在的问题表现为绩效分配不公平、不合理上, 比如最终的绩效和销售员工级别有关, 等级高但是销售量少的员工所获得奖金高于等级低但是销售量多的员工, 这在一定程度上会打消员工的工作积极性, 难以发挥销售员工的真正作用。

3 药品销售企业绩效管理建设的有效方法

3.1 创新药品销售企业绩效管理理念

药品销售企业创新绩效管理理念可以让销售人员改变以往的工作模式, 扩大自己的业务范畴, 不再让自己处于被动地位。理念的创新意味着从单一财务指标向多维度指标转变, 传统的绩效管理往往过分依赖财务指标, 如销售额和利润。创新的绩效管理理念应该包括客户满意度、市场份额、品牌影响力等非财务指标, 以全面评估销售绩效。同时绩效管理不仅要关注短期的销售目标, 也要注重长期价值的创造, 如客户忠诚度、市场可持续发展等, 鼓励销售人员进行长期规划和客户关系投资。企业也需要采取个性化培养方法, 认识到不同销售人员的特点和优势, 实施个性化的绩效管理方案, 为每位员工设定符合其职业发展路径和工作风格的绩效目标。为了进一步加大创新理念的力度, 药品销售企业还需要促进跨部门协作, 打破部门壁垒, 通过绩效管理鼓励不同部门之间的协作, 共同为实现企业整体目标而努力^[5]。

3.2 提高对销售人员的培训力度

药品销售企业的销售人员是企业与市场、客户之间的桥梁, 因此提高对销售人员的培训力度至关重要。培训销售人员的专业能力需要为其制定全面的培训计划, 包括但不限于新员工入职培训、在职员工进阶培训以及领导力发展计划等。药品销售人员需要对产品的成分、作用机制、适应症、副作用等有深入了解, 因此定期的产品知识更新培训是必不可少的。药品销售企业还可以通过实景演示、案例分析等互动式教学方法, 提高销售人员的专业销售技巧, 包括沟通技巧、谈判技巧和客户服务技巧等。除了专业技能培训以外, 药品销售企业有必要从法律层面培训销

售人员, 因为医药行业法规严格, 所以需要定期对销售人员进行相关法规和合规性教育, 确保其在销售过程中遵守法律法规, 避免违规行为。从市场角度分析来看, 药品销售企业需要教会销售人员如何分析市场趋势、竞争对手情况以及客户需求, 制定有效的销售策略。从客户角度分析来看, 药品销售企业还需要教授销售人员如何建立和维护长期客户关系, 提高客户忠诚度和满意度。企业还可以营造一种持续学习和自我提升的企业文化, 鼓励销售人员主动学习, 参加行业研讨会、在线课程等。以此来提高销售人员的专业能力, 增强其市场竞争力, 从而提升企业的整体销售业绩。

3.3 加强药品信息化管理

药品销售企业加强药品信息化管理对提高药品销售管理效率有很大帮助, 对此药品销售企业需要加大资金投入力度, 大力建设信息化管理体系。企业应建立药品追溯系统, 实现“一物一码, 物码同追”, 确保药品生产、流通和使用全过程的可追溯性, 这有助于提升药品质量安全保障水平, 并实现有效的风险控制和管理^[6]。药企可以采用数字化系统开展医生虚拟拜访、线上学术会议、最新学术进展分析等, 提高销量的同时, 加深医生对药品的认识和信任。药品销售企业还可以开发线上平台, 解决患者购药繁琐的情况, 通过便于医生和患者使用的线上平台和移动应用, 提供药品信息、用药指导、在线问诊等服务, 增加患者对药品的认知和依从性。还可以结合线上平台和线下药店, 提供无缝的购药体验, 特别是在慢性病管理方面, 通过数字化工具进行用药提醒和疾病管理。值得注意的是在信息化管理过程中, 企业需要确保药品追溯数据的真实性、准确性、完整性和安全性, 防止数据泄露, 并遵守相关法规与技术标准。

3.4 完善绩效管理制度

药品销售企业完善绩效管理制度是为了确保绩效考核工作能够顺利开展, 因此企业需要明确绩效目标, 确保绩效目标与企业战略紧密相连, 具体、可量化, 并与员工的岗位职责相对应。药品销售企业还需要基于岗位要求, 制定多元化的绩效指标体系, 包括销售业绩、客户满意度、市场开拓能力、团队合作等多个维度。为了确保绩效考核制度的持续性和及时性, 企业还要建立周期性的绩效评估机制, 如月度、季度和年度评估, 结合自评、同事评价、上级评价以及客户反馈等多种评估方式, 以获得更全面、客

观的绩效评价结果。根据绩效结果, 给予优秀员工相应的物质奖励和职业发展机会, 同时对绩效不佳的员工提供辅导和改进机会。最重要的是, 企业要建立公平、透明的绩效管理制度, 避免偏见和不公正现象, 确保所有员工在同等条件下接受评估。并鼓励员工参与绩效标准的制定和评估过程, 提高他们对绩效管理制度的认可度和执行力^[7]。

4 结束语

综上所述, 对国家、社会以及人民群众而言, 药品销售行业的发展状况影响着人民群众的身体健康和社会制度的稳定性, 因此无论是从公众角度考虑, 还是从药品企业自身发展角度考虑, 药品销售企业都必须积极做好改革创新工作。药品销售企业的绩效管理制度需要有明确、科学且合理的制度支持, 要让所有的销售人员都能清楚的了解企业的绩效管理制度, 为销售人员创建一个公平、公正、公开的竞争环境, 从而激发员工的工作积极性。药品销售行业还需要积极应用现代化信息技术, 实现药品销售现代化、智能化, 以此来帮助药品销售企业实现可持续发展。

参考文献:

- [1] 刘敏. 医药公司营销人员绩效考核管理探析[J]. 财富时代, 2023, (11): 71-73.
- [2] 午健全, 魏琴. 基于文献计量学的中国医院绩效管理研究现状与热点分析[J]. 福建医科大学学报(社会科学版), 2023, 24 (02): 23-28.
- [3] 张秋玉, 禄晓龙, 王芸, 等. 药品集中带量采购政策对我国医药制造业上市企业创新绩效的影响[J]. 医学与社会, 2022, 35 (12): 17-23.
- [4] 宋伟, 吴清锋, 李钧. 药品集采制度对医药企业绩效影响研究——基于PSM-DID模型[J]. 财会通讯, 2022, (16): 104-108.
- [5] 李寿喜, 沈婷芝. 我国实施药品带量采购政策效果研究——兼析对医药企业绩效与创新能力的影 响[J]. 价格理论与实践, 2020, (11): 49-52+97.
- [6] 胡瑞香. 绩效考核管理在药品生产企业中的应用[J]. 大众投资指南, 2020, (22): 30-32.
- [7] 高大勇. 药品流通企业财务绩效提升的思考[J]. 财会学习, 2020, (13): 63-64.

作者简介:

张萌萌, (1989.6—), 吉林长春, 本科(自考)学位, 中级会计, 研究方向: 财务会议。