



如何总结

目 录

- 一、为什么要总结
- 二、总结的意义和目的
- 三、如何总结
- 四、注意事项

一、为什么要总结

一、为什么要总结

- A. 很多事情在做的中间不容易明白
- B. 有的工作流程长，庞大不好精炼
- C. 有的人思维散乱不容易集中
- D. 当事者迷，老看到优势，
不好发现自己的差距
- E. 万物都在变化



二、总结的意义和目的

二、总结的意义和目的

- A. 清晰思路，看清方向
- B. 集中思维，提炼方法
- C. 理出经验和差距
- D. 找出事物的发展规律
- E. 为了下一步的工作发展



三、如何总结

三、如何总结

A. 把自己当做旁观者



旁观者思维，更清晰的了解行业发展

三、如何总结

B. 研究透工作的
意义和目的



积极了解公司战略，和公司方向保护一致

三、如何总结

C. 要运用梳理模式



考察
基本工作素质

考察
工作中的
具体行为

考察
任务完成情况

建立合理的梳理方法

三、如何总结

D. 用数据理清各个环节

营销系奖励汇总

单位：元

2024年7月5日

| 单位 | 团队 | 姓名 | 销售 | | | 回款 | | | 奖励金额 | 备注 |
|-----|----|-----|--------------------------------|-------|--------|-------|-------|--------|-------------|-------------|
| | | | 计划 | 实际 | 完成率 | 计划 | 实际 | 完成率 | | |
| 临床 | 河南 | --- | 10355 | 10377 | 100.2% | — | — | — | 10.0 | |
| | 江苏 | | 3442 | 3501 | 101.7% | — | — | — | 6.0 | |
| | 陕西 | | 2365 | 2581 | 109.1% | — | — | — | 4.0 | |
| | 江西 | | 1452 | 1498 | 103.2% | — | — | — | 4.0 | |
| | 上海 | | 2473 | 2546 | 102.9% | — | — | — | 4.0 | |
| | 吉林 | | 2305 | 2312 | 100.3% | — | — | — | 4.0 | |
| | 西藏 | | 170 | 201 | 118.2% | — | — | — | 2.0 | |
| | 江西 | 李 硕 | 岩舒 江西省肿瘤医院 | | | | | | 2.0 | 开发 |
| | 内蒙 | 张旭明 | 岩舒 赤峰肿瘤医院 | | | | | | 1.0 | 恢复 |
| | 河北 | 路 鹏 | 岩舒 河北省人民医院 | | | | | | 1.0 | 恢复 |
| | 云南 | 王泽宁 | 达霏欣 昆明医科大第一附属医院 昆明医科大第二附属医院 | | | | | | 1.0 | 开发 |
| | 小计 | | | | | | | | | 39.0 |
| 基层 | 河北 | --- | 1072 | 1093 | 102.0% | — | — | — | 1.0 | |
| | 陕西 | | 283 | 338 | 119.4% | — | — | — | 0.5 | |
| | 湖北 | | 129 | 160 | 124.0% | — | — | — | 0.5 | |
| | 小计 | | | | | | | | | 2.0 |
| 国际部 | | | 2700 | 3152 | 117.0% | (190) | (115) | 139.0% | 2.0 | |
| 五和 | 山西 | --- | 661 | 846 | 128.1% | 80 | 161 | 201.2% | 2.0 | |
| | 网商 | | 421 | 429 | 101.8% | 421 | 429 | 101.8% | 1.0 | |
| | 小计 | | | | | | | | | 3.0 |
| 合计 | | | | | | | | | 46.0 | |

数据可以更清晰地体现内容

三、如何总结

E. 各个时段分类、 分项设清楚

振东制药股份三年细化方案

(2023-2025)

前言

十四五期间，制药股份将以“市场主导、营销引领、皮科为王、中药特色、西药发力、O2O 并重”为方向，以产业优化为基础，以科技创新为先导，以市场拓展为主线，以信息智能为推手，以文化建设为支撑，拓展思路，尝试批文置换等新型合作模式，打造最具影响力的营销型企业。按照“方向不能错，目标可调整”的要求，本着“规划五年、细化三年、部署一年”的原则，实现“规划形成战略，细化完善策略，部署明晰战术”的目的，制定本方案。

第一部分 发展方向

争取到 2025 年，销售收入达到 130 亿元，跻身制药工业 45 强，把振东打造成山西品牌最响、国内知名的民族工业品牌。

- 1、品牌：超越山西汾酒，打造山西第一品牌。
- 2、研发：采用联合科研、投资并购等方式，争取成功研发 1-2 款创新药，5-6 款高端仿制药，14 款一般仿制药，23 款原料药；完成芪蛭通络、脑震宁、复方苦参、舒血宁等 5 款产品的深度研究、二次开发；推进 65 项临床研究。
- 3、营销：依托三大营销中心，夯实临床营销网络，继续扩展药店终端网络，全面搭建基层医疗营销网络，打造营销型企业。
- 4、互联网：2025 年实现销售 10 亿，以达菲欣皮科类产品为龙头，聚焦心脑血管、普药领域，与其他三大渠道并驾齐驱。
- 5、生产：推进剂型专业化、原料药规模化，实现核心产品

原料自产，稀缺、大宗原料药主产；打造中国最大中药材种子种苗、种植基地，成为国内同类产品质量标准引领者。

6、资产：股份内产业持续优化、重组，三年内实现企业由重资产向轻资产转变，资产结构逐渐合理。

7、投资：择机投资专业化基金，选择与公司产品管线匹配的产品，开展并购，以实现公司生产、销售的目的。

8、人才：聚焦“招育引用”4 大方向，持续优化人才招聘、培育、绩效考核体系，尤其强化绩效考核体系建设。

9、扶贫：继续贯彻扶贫济困日、冬助日扶贫传统，盘活仁爱天使基金，以产业带动农民持续增收。

第二部分 实施方案

第一章 品牌策略

第一节 企业品牌

一、系统总结梳理振东文化、理念、模式，创新推广工具，争取出版 4-5 本企业文化管理书籍。

1、以文宣编辑部为基础，邀请如蒋殊等本地知名作家，共同组建编辑团队，并分成三人小组；

2、2022 年 10 月，率先成立《每周问答》、《振东发展史》两部书籍的项目组，争取 2023 年年初先出版已有基础的《每周问答》；

3、《发展史》项目组通过访谈、历史资料整理等方式，收集整理企业发展历史事件及细节，2023 年 5 月前完成；

4、以外部作家为核心，在资料整理开始后 1 个月，启动正式写作，争取在资料整理完成后 3 个月内，完成初稿。

5、组织企业元老，用 1 周时间共同过滤文稿，保证作品真

三、如何总结

F. 注重流程、规则的运用

制药质保部管理流程 BS3



三、如何总结

G. 突出成绩，
找出规律



激励大家找出成功营销的方法、规律

三、如何总结

H. 找出差距，做出措施



差距会

四、注意事项

四、注意事项

- A、不追求完美
- B、用最简单的表现形式
- C、尽量数据化
- D、阳光心态，不怕露丑
- E、越精炼越好



差距是找出来的
经验是总结出来的
胆量是炼出来的
财富是积累起来的



企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康

我是这样想的 也是这样做的