



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

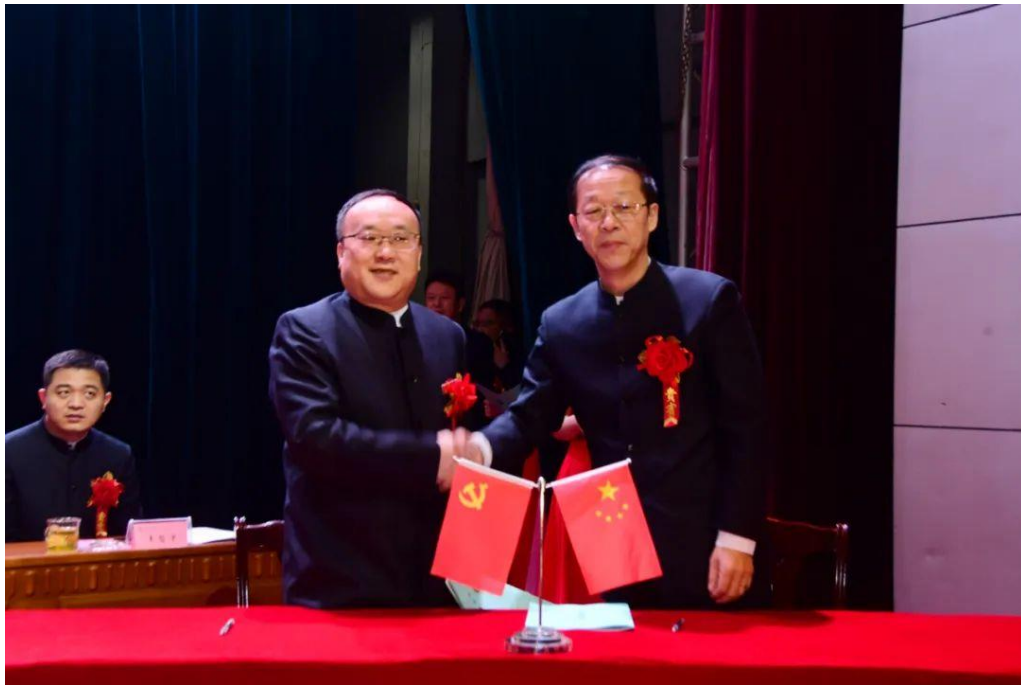
- A. 清晰思路，看清方向
- B. 集中思维，提炼方法
- C. 理出经验和差距
- D. 找出事物的发展规律
- E. 为了下一步的工作发展



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