



# 非处方药医药代表 实战教程

周俊宏◎著



中华工商联合出版社



# 非处方药医药代表 实战教程

周俊宏◎著

**图书在版编目(CIP)数据**

OTC非处方药医药代表实战教程 / 周俊宏著. -- 北京:  
中华工商联合出版社, 2011.7

ISBN 978-7-80249-846-4

I. ①O… II. ①周… III. ①非处方药 - 市场营销学  
- 中国 - 技术培训 - 教材 IV. ①F724.73

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第 086933 号

**OTC非处方药医药代表实战教程**

---

**作 者:** 周俊宏

**责任编辑:** 胡小英 郑 婷

**装帧设计:** 吴春燕 宋东坡

**责任审读:** 李 征

**责任印制:** 迈致红

**出版发行:** 中华工商联合出版社有限责任公司

**印 刷:** 三河市华丰印刷厂

**版 次:** 2011年10月第1版

**印 次:** 2011年10月第1次印刷

**开 本:** 710mm×1020mm 1/16

**字 数:** 130千字

**印 张:** 14

**书 号:** ISBN 978-7-80249-846-4

**定 价:** 35.00元

---

**服务热线:** 010-58301130

**销售热线:** 010-58302813

**地址邮编:** 北京市西城区西环广场A座  
19-20层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

**E-mail:** cicap1202@sina.com(营销中心)

**E-mail:** gslzbs@sina.com(总编室)

**工商联版图书**

**版权所有 侵权必究**

凡本社图书出现印装质量问题,  
请与印务部联系。

**联系电话:** 010-58302915

# 序

## Perface

在各行各业的营销人员中，OTC代表因为近年来日益增长的收入而备受瞩目。据资料显示，2006年OTC代表已经成为美国最赚钱的职业，成为当之无愧的高薪职业。究竟是什么原因让OTC代表成为美国10大最赚钱职业之一？为什么OTC代表成了高收入人群的代名词？所有的OTC代表都能挣很多钱吗？

其实，只有优秀的OTC代表才可以挣得高薪。从一名普通的OTC药品销售人员成长为一名优秀的、高收入的OTC代表，要走过的是一条艰辛而漫长的路。

OTC代表与其他行业的销售人员有许多不同，因为他们要推销的产品不是一件普通的商品，而是药品。它关系民众健康，攸关生命安全，所以OTC代表不但要有销售技巧，更需要过硬的专业知识。

由于OTC代表能挣到高薪，而且是一个有发展潜力的职业，很多年轻人纷纷投身到医药营销行业之中，他们将乔·吉拉德、原一平等世界知名的营销大师当做自己的偶像，誓做OTC营销领域“最伟大的营销员”。要实现理想必须有坚忍不拔的毅力、勤劳的精神和科学的方法。

OTC代表们如何才能让自己变得优秀，成为销售精英呢？

OTC代表怎样拜访客户才能达成交易？



## OTC非处方药医药代表实战教程

OTC代表应该了解哪些销售礼仪？

OTC代表如何制订拜访计划？

OTC代表必须掌握哪些语言艺术？

OTC代表怎样管理自己的客户？

OTC代表如何管理销售过程？

OTC渠道还包括哪些终端？

只有清楚上述问题的答案，才能游刃有余地解决销售过程中遇到的问题，本书写作的目的旨在帮助那些有志成为优秀OTC代表的人，让他们在实现自己的职业梦想时减少阻力，用最少的时间，最合理的方式了解和掌握必备的专业知识和销售技巧。

本书共分为十章，分别从销售过程、拜访技巧、客户管理、销售心理分析、第三终端、普药营销技巧、OTC终端促销、团队销售技巧等方面讲述OTC药品营销的相关理论知识和实战技巧，总结了很多优秀OTC代表成功的从业经验。本书可以为那些新入职人员提供一个学习、培训的蓝本，也可以为那些渴望卓越的人提供一个自我学习的模板。

# 目 录

## Contents

### 第一章 OTC代表角色定位 / 001

- 一、OTC代表是一种职业 / 002
- 二、OTC代表的必备素质 / 005
- 三、OTC代表的必备能力 / 010
- 四、OTC代表的职业规划 / 014

### 第二章 OTC代表的标准化销售流程 / 017

- 一、药品的营销调研 / 018
- 二、营造温馨氛围 / 021
- 三、利益提示 / 024
- 四、价值陈述 / 027
- 五、处理客户异议 / 031
- 六、交易达成 / 036
- 七、售后承诺 / 041



### **第三章** OTC代表要善于分析销售心理 / 043

- 一、影响客户购买行为的因素 / 044
- 二、OTC药品消费者的消费特征 / 047
- 三、零售药店采购行为的影响因素 / 056

### **第四章** OTC代表的拜访技巧 / 061

- 一、制订拜访计划 / 062
- 二、对客户做到知根知底 / 066
- 三、以良好的个人形象示人 / 070
- 四、开场白要精彩 / 073
- 五、注意多聆听 / 076
- 六、适时询问 / 078
- 七、注重礼仪细节 / 084

### **第五章** OTC代表应注重销售管理 / 091

- 一、订单管理 / 092
- 二、销售过程管理 / 094
- 三、货款管理 / 097
- 四、时间管理 / 103
- 五、自我管理 / 109

**第六章** OTC代表的团队销售技能 / 113

- 一、团队营销的基本特点 / 114
- 二、商业推广会 / 116
- 三、促销推广会 / 119

**第七章** OTC代表要进行客户维护 / 125

- 一、对零售药店的管理 / 126
- 二、对零售药店店员的有效培训 / 130
- 三、对经销商的销售培训 / 132
- 四、对经销商的奖励措施 / 136
- 五、以优质的售后服务留住客户 / 139

**第八章** OTC市场的终端促销 / 143

- 一、OTC的终端分类 / 144
- 二、OTC终端促销的基本形式 / 148
- 三、OTC终端促销技巧 / 151
- 四、OTC终端促销应避免的误区 / 156
- 五、柜台药品销售的促销技巧 / 159
- 六、仪器促销的促销技巧 / 162
- 七、网上药店的促销技巧 / 168



## 第九章 OTC营销的第三终端 / 175

- 一、第三终端的特性 / 176
- 二、积极维护第三终端的客情关系 / 179
- 三、城市第三终端的营销操作 / 182
- 四、农村第三终端的营销操作 / 188

## 第十章 普药营销战略 / 193

- 一、普药的特点及市场现状 / 194
- 二、普药的营销难点 / 197
- 三、普药的营销法则 / 200
- 四、普药的营销技巧 / 204
- 五、普药的渠道创新 / 207
- 六、普药也要新做 / 212



# 1

## CHAPTER

### 第一章

# OTC代表角色定位

## 一、OTC代表是一种职业

在种类众多的销售行业中，医药销售是个不错的选择，但同时也是一个充满巨大挑战的行业。因为它前景光明，容易成功；但医药行业区别于其他行业，推销员不但要具备高超的销售技巧，还要掌握相关的医学常识，这也是为什么医药界对本行业推销员要求越来越高的原因。

要成为一名医药行业的推销员，首先要对医药知识有所了解。首先，药品分为非处方药（OTC）和处方药（Rx）。关于OTC药品我国卫生部医政司是这样定义的：它是消费者可不经过医生处方，直接从药房或药店购买的药品，而且是不在医疗专业人员指导下就能安全使用的药品，即不需要凭借执业药师或助理药师的处方即可自行选购、使用的药品。从事OTC销售的人员，我们称之为OTC代表。他们是受过医、药学专门教育，具有一定临床理论知识及实际经验的医、药专业人员，经过市场营销知识及促销技能的培训，从事药品推广、宣传工作的市场促销人员。正是有了OTC代表的存在，成千上万种OTC药品才能被广大消费者熟知。

Rx即处方药，是相比OTC而得名的。是为了保证用药安全，由国家卫生行政部门规定或审定的，需凭医师或其他有处方权的医疗专业人员开写处方出售，并在医师、药师或其他医疗专业人员监督或指导下方可使用的药品。通常处方药的销售对象多集中于医院和各大经销商，而推销处方药的人员我们称之为医药代表。

OTC代表称呼的出现是在国家处方药与非处方药管理分开后才产生的，鉴

于非处方药品与处方药品在产品特征、客户对象、销售方式、广告宣传方法等多方面的区别，OTC代表才从传统的医药代表中独立出来。但作为一个医药销售行业新独立出来的职业，它依然受到了很多有远见的公司和一些代理医药产品公司的青睐。为什么OTC代表这个职业受到医药企业的如此热捧呢？

药品是一种非常特殊的商品，目前世界上除了美国和新西兰两个国家在一定程度上允许处方药做广告促销外，包括我国在内的其他国家均严格禁止处方药在大众媒体上搞促销。对于非处方药的广告促销，可能相对宽松一些，但也要经过政府主管部门的审批。因此，广告促销在药品促销中并不是最重要的促销手段，即使在允许处方药促销的美国，广告促销的开支也只是占药品促销费用的15%左右。相反，人员在促销中却处于非常重要的地位。根据哈佛大学公共卫生学院2001年公布的调查结果显示，美国制药企业2000年全年的药品促销费用支出占药品销售收入的35%，其中，约15%是用于药品促销，20%是用于促销人员的费用。由此可见人员促销的重要性。

虽然OTC代表在多数职能上与医药代表有相似之处，但作为一种职业，它在职责方面还是有很多独特的地方。如果大家有意成为一名合格的OTC代表，一定要清楚这个职业的岗位职责，否则即使你干了很多年也不会成为一名出色的OTC代表，当然也很难有更进一步的发展。让我们看看一名合格的OTC代表到底有哪些岗位职责。

第一，因为OTC代表的主要接触对象是药店，因此，他必须建立和完善药店的档案，对药店进行级别划分和分类管理。然后按照划分好的药店“跑街”，也就是每天要跑10~15家药店，进行常规理货，掌握产品的购销情况，做到心中有数。

第二，OTC代表要疏通进货渠道，保证公司产品在最短的时间内铺上目标药店柜台，并进行终端陈列的维护，以达到公司要求的陈列标准。

第三，OTC代表要按公司要求监管好销售责任区域内的产品价格，严禁窜货，解决销售中的产品疑问，做好售后服务，因为价格和服务才是消费者最关

心的问题。

第四，OTC代表要正确使用2：8法则，制订重点终端的拜访计划，以达成每一次拜访都有所成效。同时OTC代表还要经常组织并参加产品促销活动或公关活动，及时准确地完成各种报表、了解竞争产品情况，及时向上级主管汇报。

只有先了解岗位职责，我们才算是对OTC代表这个职业有了初步了解，才会知道这份职业究竟是干什么的，要怎么做。

只要我们热爱这个职业，清楚它的角色定位，知道它的具体岗位职责，把这个职业当成我们的事业，我们就会成为医药销售领域的下一个乔·吉拉德和原一平。

## 二、OTC代表的必备素质

由于OTC代表从事的是有关人类健康的事业，为此，对OTC代表的人品要求是极高的。如果我们想成为一名OTC代表，就要具备以下素质：

### 1. OTC代表应具有良好的心态

有人这样说过：“销售成功的80%来自于心态。积极乐观的心态能让你在挫折面前不低头，在失败面前不气馁，冷遇面前不灰心，只有始终保持良好心态的人，才能获得优秀的销售业绩，才能拥有与众不同的销售生涯。”医药领域竞争十分残酷，对销售人员的心理抗压能力要求非常高，如果一个OTC代表没有超强的抗压能力和良好的心态，那么他很难在此行业有所发展。

小张是一家医药公司的OTC代表，而且也是一个非常有能力的人，一直都被销售经理看好。在过去的日子里，他的业绩也证明了一切，同时他也是一个非常讨人喜欢的小伙子。但不知是什么原因，在最近的几个月中，他的业绩平平，甚至有些倒退。经理对此感到十分苦恼，想尽了一切办法，试图让小张重拾往日的信心。他针对小张的情况作了认真的分析，对他进行鼓励，但改观甚微，经理不得不对他下了最后通牒：“我这里有十家药店，你必须完成三笔交易，否则你就另谋高就。”

为了帮助小张完成工作，经理教给小张一个办法：“彻底将自己放松下



来，然后，就一遍遍对自己说：‘明天我一定能谈成一笔生意，明天我一定能……’当然，这句话你要充满感情地说，充满信心地说。”

小张知道这是一种心理暗示，虽然持怀疑态度，不过，那天下午和晚上，他还是按照销售经理的话做了。

第二天，他进入一家药店，准备洽谈业务。最初客户带有几分消极和拒绝的姿态，尽管如此，小张还是耐心地与客户进行交涉。接着事情发生了转机，虽然客户嘴上说着不合作，但精明的小张却看出了客户有成交的意图。小张下意识地对自己说：“不要放弃，再坚持一下，也许今天就能做成这笔交易。”之后，小张又找回了原来积极的状态，真的就把生意做成了。

后来，小张还根据自己的销售经验作了几点总结，并持之以恒地坚持下去：“每天早晨起床，做几次深呼吸，给自己鼓鼓气；不断对自己说，我一定行，没有我办不到的事情；告诉自己客户也是有感情的，要相信自己的推销会令他心动；即使失败，也是情理之中的事情，千万不要气馁。”试想如果小张没有用积极的心理暗示及时将自己的心态调整好，可能他的结局就真是另谋高就了。

培养良好心态还包括多方面的内容，比如说一名优秀的OTC代表要始终认为自己是公司盈利的关键人物；要相信自己有高超的推销术；要时刻恪守“知识就是力量”的信条，不断用知识去武装自己；要深深地爱着自己的本职工作，等等。

## 2. OTC代表要遵守基本的职业道德

OTC代表从事的工作是药品销售行业的一部分，也是一种特定含义下的“商人”。但“重利轻义”的商业陋习在OTC代表行业是绝对被禁止的。不夸大推广药品的功效及使用范围、不隐瞒所推广药品的不良反应、不为伪劣产品做宣传；充分考虑患者使用药品的有效性及经济承受能力；不对医生或店员做

无原则使用或增加使用药物方面的误导是OTC代表的基本职业道德准则。如果作为一名OTC代表不能坚守上述的原则，那么就很难与客户建立信任关系，当然也就不可能有好的销售业绩。

修正药业集团是集科研、生产、营销于一体的大型现代化民营企业。作为一家大型民营药业，修正旗下的销售人员数以万计，但是修正的销售人员有一个共同的特点，就是诚实守信。

小赵就是其中的典型代表。2005年9月，正值东北地区多雨时节，小赵像往常一样“跑街”，虽然一上午去了五六家药店，但是他还是精力十足。这时他自信满满地走进了一家药店，专业又不乏热情地为客户推销公司的产品。因为修正品牌的公信度高，再加上小赵出色的推销技巧，很快就成交了。双方商量好交货时间后，这次业务洽谈就结束了。

可就在隔天送货至药店的途中，出现了意外。因为正值雨季，药店订购的很多药品淋了雨，外包装都湿了。待到货品抵达目的地时，双方才发现药品淋雨了。不过好在里面的药没有淋湿。药店的老板认为这个问题无关紧要，并不影响质量，准备点货接收。可就在这时小赵说话了：“还是运回去，重新换一批完全没有问题的产品吧，这样做不符合修正的做事风格。我们修正的药品从不出任何质量问题。”听了小赵的话，药店的老板连忙说：“没事没事，只要里面没问题就行。”可是小赵仍然坚持己见，最后还是执拗地换了一批药品。小赵的行为深深地打动了客户，从此这家药店成为了小赵的老客户，双方做成了不少生意。

与小赵的诚实守信相比，不少OTC代表根本不遵守职业道德，为了将产品销售出去不择手段，片面强调产品的功效，有意隐瞒药品的副作用，导致客户根本不能正确认识产品药效，当然也就无法准确卖给病人，帮助他们早日康复。这样做的都是一锤子买卖，没有人会再次上当。



毫不夸张地说，职业道德是职场中人安身立命之本，如果失去了它，将无路可走。尤其是需要与药品打交道的OTC代表，如果不能遵守基本的职业道德，就相当于是在亵渎生命，后果是不堪想象的。

### 3. OTC代表要时刻充满自信

推销是一份艰苦的工作，随时随地都要准备接受客户的拒绝，甚至斥责。事实上，只要我们对自已有信心，树立远大的目标，正视客户及患者的拒绝，鼓足勇气坚忍地走出第一步，我们就会发现，其实很多困难和麻烦远比我们想象中的容易处理。

很多没有经验的OTC代表，在刚刚涉足该行业的时候，往往缺乏自信。他们在药店门口犹豫不决，与客户沟通时唯唯诺诺，不敢与相关负责人对话，等等。这些表现都是制约一名OTC代表走向卓越的障碍。如果OTC代表想扫清事业发展道路上的障碍，就要有意识地锻炼自己。

第一，从以往的经历中寻找让自己有成就感的事，无论大小，然后分析自己的优点，并不时地告诉自己：我有能力，我行，我不是一个平凡人。

第二，让自己清楚地认识到，到药店推广、宣传产品，是传达医药信息，促进新的医药科技成果尽快实现它的社会价值。这样自己就是在为社会做贡献，而不是在乞求恩泽，自己也不是低人一等。

第三，将长远的职业规划适当地分解成短期目标，甚至可以小到今天我去拜访几家药店。这样，每实现一个短期目标都会增强我们的自信心。因为“人不能一步登天，路是一步一步走的”。自信心的强化过程也一样，需要逐步深入。

第四，要充分掌握所促销产品及相关产品的知识，了解得越多，在与客户的交流中就会越自信，毕竟大家对专家都是很信服的。

一名自信的OTC代表也许不一定是一名优秀的OTC代表，但是一名优秀的OTC代表一定是一个自信的人，自信是从事销售行业的必备条件。