一、2013年下半年中药销售计划及措施

1、按全年2200计划，8-12月份共须完成计划1285万元。预计全年可能完成1800万元。

2、调整品种结构，增加秋冬季品种备货。9月中旬前，完成50个包装类品种提前铺货，力争包装药材全年完成450万元，同比实现翻番。增加样板店虫草、燕窝的备货，抓住中秋国庆销售旺季机会。

3、召开中医医生动员会，再引进10名医生，增加医生坐诊时间，全年医生处方销售过400万元，全年饮片总销售过800万元。

4、每月分级开展促销活动，加大推荐宣传中药力度，当月及时考核，兑现奖惩。

5、专业人员拿出30个有效的慢病治疗、季节养生、药食同源的“药材组合配方”，通过培训传达到每一位员工，做到专业化、差异化的营销，抓住中药旺季，也为2014年打下良好基础。

二、2014年中药销售计划及措施

1、计划销售2400万元，其中饮片800万元，贵细800万元，包装药材800万元。

2、措施：

（1）、门店分级管理，分别培育增长点

A、新打造3家样板店（十二桥店、光华村街店、双林路店）增加销售70万元。老五家样板店增加销售200万元。

B、50家中型店中档价位包装类药材增幅50%，增量180万元。

C、50家小型店中低价位包装药材销量翻翻，增量70万元。

（2）、抓重点品种，销量突破

A、继续抓好样板店的贵细尤其是“二参一草”及西洋参等八个品种销售。

B、包装药材在中小型门店重点突破，力争实现翻番，到达800万元。

C、组方销售提升专业水平，疗程推荐提高销售规模。

（3）、打造诊所医生，带动诊所销售上量

A、打造二名全年治疗病人过5000名的医生，打造二名处方销售过50万元的医生，带动医生团队的处方饮片销售整体过500万元。

B、打造诊所上台阶，旗舰店诊所计划目标300万元，红星店20万元，光华店30万元，其他8家诊所15万元。新开诊所3~5家30万元。