**11月、12月及2023年年终患教活动总结通报**

各片区及门店，请认真阅读以下通报，若有不足请再接再厉，学习优秀门店的精准邀约、积极配合、服务到位、与患者的粘连性以及超强执行力，利用患教资源为门店为自己为顾客争取利益，11/12月患教情况通报及问题要求如下：

一、11、12月情况：

1、11月、12月开展患教活动共48家门店，共计开展71场，其中小班患场62场，厂家主导9场，参与人次573人次，相关产品增加销售28611.15元，厂家患教活动商品收益共计5886.4元，分别前三名为：罗氏2406元，正大975.8元，默克888.1元，鱼跃888.1。

11、12月因无法进行破皮检测，所以不处罚只奖励，奖励积分：84人次、839分；

2、各片区情况:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **片区名称** | **11-12月开展** | **两月目标** | **差额** |
| 城郊一片 | 30 | 36 | -6 |
| 崇州片 | 2 | 9 | -7 |
| 东南片区 | 10 | 50 | -40 |
| 旗舰片区 | 7 | 24 | -17 |
| 西门二片 | 8 | 34 | -26 |
| 西门一片 | 12 | 50 | -38 |
| 新津片 | 2 | 7 | -5 |
| 总计 | 71 | 105 | -139 |

3、各门店情况：

慢病部根据2023患教义诊活动执行方案核定各门店完成情况及积分奖励，具体见明细表。**11月12月只加分不减分！！**具体见附件1

**2023年患教年终总结**

各片区及门店：

 零售连锁的竞争已经转变为服务的竞争，为提升我司慢病会员的服务质量，增加顾客的体验感，体现我司的专业形象，增加慢病会员粘度，慢病部制定2023年全年患教计划，现将2023年年终患教完成情况做一下通报：

1. 完成数据：

 2023年开展患教累计 718场，参与人数7190人，其中厂家主导的患教256场，患教产生相关总销售为37.77万元，厂家患教相关产品销售22.55万元。患教人气照片文件见底部，请全员学习。

具体厂家销售数据见下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **合作厂家** | **相关产品销售** |
| 阿斯利康 | 87740.6 |
| 雅培 | 34475 |
| 晖致 | 29194.12 |
| 远大 | 12432.04 |
| 赛诺菲 | 10025.9 |
| 桃保门诊 | 9668 |
| 澳诺 | 8967.05 |
| 鱼跃 | 7552.27 |
| 正大 | 6993.32 |
| 康恩贝 | 4487.19 |
| 欧加隆 | 3390 |
| 斯利安 | 2476 |
| 德国罗氏 | 2406 |
| 步长 | 1871.89 |
| 拜耳 | 1622 |
| BD针头 | 1541.45 |
| 默沙东 | 678 |
| 总计 | 225520.83 |

1. 各片区完成情况：

 全年无任何片区完成了任务，其中西门一片、东南片区和西门二片分别完成-154场、-142场、-124场，差距最大！提出批评！

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **片区名称** | **目标场次** | **开展场次** | **差额** |
| 城郊一片 | 210 | 186 | -24 |
| 崇州片 | 51 | 24 | -27 |
| 东南片区 | 297 | 155 | -142 |
| 旗舰片区 | 144 | 101 | -43 |
| 西门二片 | 204 | 80 | -124 |
| 西门一片 | 300 | 146 | -154 |
| 新津片 | 42 | 26 | -16 |
| 总计 | 1248 | 718 | -530 |

三、各门店完成情况

2023年患教完成率100%的门店28家，完成率75%以上门店51家。完成率低于50%的门店49家，其中12家门店全年挂零！！！（具体见附件2）

四、存在问题

1. 小班患教

a:患教设备使用不熟悉，特别是投影机使用不当、患教PPT课件内容未深刻理解和学习，导致患教现场体验感较差；

b:门店会员邀约到店率不佳；

C:门店拍摄患教场景照片不规范，体现患教情景不全面；患教照片要求需体现以下场景：带横幅的门头照（含检测场景）、药师/店长的患教场景、患者咨询（或购药）照片、每次患教签到表，且每次患教保证提供照片至少三张以上；

(2)厂家主导

a:邀约会员精准度较差

b:到场专家/培训师为患者提供的处方建议未及时引流跟踪促成销售

五、问题改进措施：

1. 小班患教

 a：门店在开展患教前，需提前至少一天将投影机和患教PPT内容进行提前演练，以便充分应对现场，请各片长加强检核和督导。

 b:会员邀约工作应在患教前3天开始，拨打会员电话20人/天，并将3天的会员拨打电话截图发给片长检核和备查，各片长加强检核和督导。

 c：患教当天营业结束门店提交患教总结表时上传照片，请各片长审批患教总结时发现照片不符合要求的，驳回门店重新提交，如门店最终无法提供满足要求照片，此次患教记为不合格场次，不参与考核加分；

1. 厂家主导

a:微信/电话邀约在前三天进行，电话邀约主要打近一年/半年购买过该场患教厂家品种的会员，其次打同类及门店忠实会员，每位店员至少拨打25个电话/天，并将每天的截图发给片长检核和备查，保证到场人数。

（注：尽量填报门店销售相对较好的厂家，避免浪费资源和门店精力）

b:请店长安排销售能手跟踪专家/培训师在义诊后的处方建议，不因忽视顾客而错过服务和销售机会！

患教开展优秀照片：