# 保健品销售

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2025-02-23

*第一篇：保健品销售保健品是母婴用品店的一个重要的经营项目，也是赢利水平比较高的项目，店老板们十分重视销售保健品，保健品怎样才能上量，成为店里的主赢利项目，从根本上解决保健品促销难题，找到促销方法。母婴用品店保健品促销的最关键的是服务员的业...*

**第一篇：保健品销售**

保健品是母婴用品店的一个重要的经营项目，也是赢利水平比较高的项目，店老板们十分重视销售保健品，保健品怎样才能上量，成为店里的主赢利项目，从根本上解决保健品促销难题，找到促销方法。母婴用品店保健品促销的最关键的是服务员的业务水平，专业知识，会不会促销，敢不敢促销，敢不敢承诺。对消费者的专业咨询问题能不能给予专业满意的解答。母婴用品店服务员，销售的产品种类多，对单一产品的了解不是十分透彻，特别是功能性保健品，比如保健食品，肌肤外用保健用品等。涉及到产品的功效，成份，使用，产品品质认证，以及和产品相关的疾病治疗、日常保健等专业知识，使用注意事项，使用效果等。消费者咨询到产品详细使用细节问题，服务员不能给予满意的答复，都会影响到产品的销售量。

笔者多年来从事药品，保健品销售母婴用品销售，希望能对母婴用品店销售有所帮助。

（一）店铺应有专门的保健品柜台，所有的保健食品，保健用品都放到保健柜台销售。特别是专业的保健品促销员，最好是有过药品销售经验的，了解基本的用药常识，保健常识，特别是每个产品独特卖点。遇到消费者咨询才能提供专业可信的咨询，从容自如，对答如流。

（二）作为保健品生产企业，应该备有产品专门的促销话术手册，指导母婴用品店服务员销售。奥彩生物婴儿护理品牌枇芙科，就有详细的产品促销手册，设有产品篇，疾病篇，护理篇，促销篇，温情篇，从产品的主要配方，到产品的使用方法，注意事项，疾病特点，为店铺服务员提供品牌身量定作的实战指导。有利的促销支持。为母婴用品店的柜解决了会促销的问题。现在枇芙科促俏好的店，服务员把话术手册都背诵下来了。自然量就上来了。枇芙科市场部有专业人员帮助母婴用品店解决消费者的使用咨询。

（三）服务员不敢承诺也是影响到产品销量的主要因素，不敢承诺的主要原因就是不了解产品的使用情况，确切的功效，特别是产品副作用。或有的品牌生产企业没有提供最权威的检测报告，没有质量保证协议基本质量保障。优秀的品牌生产供应商把品牌检测报告装订起来，特别是放在产品一侧，消费者购买品牌时就看到产品检测报告。事实胜于雄辩，消费者自然就信服了产生购买行为了。企业有质量承诺，服务员也可以放心大担的促销，解决了服务员敢促销的问题。

（四）对于那些没有检测报告，或者说明书成份功效，具体的使用等都没有详细说明的产品最好不进货，一条鱼腥一锅汤的道理大家十分清楚。一次被蛇咬，十年怕井绳。有的服务员有过客户投诉经验后，或者是哪一个品牌产品出了质量问题后就不敢担责任，销售促销也是蜻蜓点水式，消费者除了指定购买，认可不销售，也不承担责任找麻烦。

（五）店老板，选择品牌很重要，保健品最重要的是效果，产品的品质，安全，有了这些基本的硬件，才会把保健品成为您的店的主要赢利品种，让您的生意更红火，快速民展壮大。

母婴用品店老板，如果您的店保健品没有上量，可以从以上几个方面找原因，不是保健品不赚钱，不是保健品没有市场。

**第二篇：保健品药店销售**

有人说药店比商超更适合销售保健品，笔者经过一番调查后，发现药店保健品销售确实不错。

为了把保健品销售的更好,在保健品销售技巧,保健品销售方式,保健品销售渠道,保健品销售方法上我做了一些总结:

■分众营销细分市场

分众是一种市场定位，是细分基础上的市场瞄准。市场发展到今天，像药店这种生存群体，是很忌讳“大而全”的操作模式的，分众营销或许是一条发展捷径。比如药店对消费群体的占领上应该更加细分，播种,营销，抓住最容易抓住的人。

保健品的消费人群有三类：在病或曾经生病而身体仍未完全康复的人群，服用保健品的目的是辅助治疗；健康人群或亚健康人群，服用保健品的目的是预防和调养；送礼人群，自身较少服用，主要用于礼仪交往。第二类人群因对保健品的理解更趋向于营养补充和机体调养，认为这是食品范畴所能解决的事，他们的消费习惯也因此更多趋向于商超，药店占有份额相对较少。第三类人群消费主要是想选择礼品，并不看重保健品本身，这也是商超的优势。但第一类人群则因为其拥有健康情结，因而是药店最易争取且可能长期稳定的客源。在出售药品过程中药店可以提供“治疗+调养”的消费便利，还可提供专业的咨询指导和一些增值检测服务。药店应该主攻这一消费群体。

■发挥专业服务优势,保健品销售技巧,保健品销售方式

药店应注重具体的服务形式：

售前：提供仪器检测及专家咨询诊断服务，让消费者充分了解自己的身体状况，从而有针对性地选购最适合的产品。

售中：专业化的，指导包括用法、用量及注意事项等等。

售后：建立消费者档案，以电话回访、联谊活动等方式及时跟踪，争取顾客的再消费。

服务营销重在执行，难在坚持。能细致长期地做好以上服务工作不但是对保健品销售的促进，更是一种品牌带动。

■进行资源整合,保健品销售渠道

药店联合保健品厂家设置保健品专柜，与厂家共同经营共担费用，与保健品厂家结成利益联合体，既有利于规避经营风险又降低经营成本。市场上不乏另外一些专营性的保健品，其特点是不进入传统的流通渠道，销售主要以指定的专卖点为主。这类保健品利润高、走量大，通常都配合有强劲的广告支持，专卖点又少，销量体现集中。这种竞争小的运作方式对于药店来说，可操作性很强。

另外，药店应该压缩中间环节，提升价格优势。既然价格是药店与商超竞争的致命点，当然不能视而不见。解决价格问题最重要的一点就是压缩中间环节，尽量接近通路上游。药店现有的商品配送模式经过的环节过多，层层的利润叠加使得商品价格比起大的商超来不具有竞争力。因而，一些大型靠简缩中间环节降低药品零售价，从而形成了价格竞争优势

**第三篇：保健品销售制度**

一、采购制度

1根据“按需购进,择优选购”的原则,依据市场动态,库存结构及质量部门反馈的信息编制购货计划,报国珍专营店批准后执行.要建立供销平衡,保证供应,避免脱销或品种重复积压以致过期失效造成损失。

2严格执行企业制定的保健食品购进程序,确保从国珍专营店购进合法和质量可靠的保健食品。

3要认真审查供货单位的法定资格,经营范围和质量信誉,考察其履行合同的能力,必要时会同质量管理部门对其进行现场考察,签订质量保证协议书,协议书应注明购销双方的质量责任,并明确有效期。

4加强合同管理,建立合同档案.签订的购货合同必须注明相应的质量条款。5质量管理部门要做好首营企业和首营品种的审核工作.向供货单位索取加盖企业印章的,有效的《卫生许可证》,《营业执照》,《保健食品批准证书》和《产品检验合格证》,以及保健食品的包装,标签,说明书和样品实样,执行《首营企业和首营品种的审核制度》。

6购进保健食品应有合法票据,按规定做好购进记录,做到票,帐,货相符,购进记录保存至超过保健食品有效期1年,但不得少于3年。

7严禁采购以下保健食品:(1)无《卫生许可证》生产单位生产的保健食品.(2)无检验合格证明的保健食品.(3)有毒,变质,被污染或其他感观性状异常的保健食品.(4)超过保质期限的保健食品.(5)其他不符合法律法规规定的保健食品。

二、贮存制度

1所有入库保健食品都必须进行外观质量检查,核实产品的包装,标签和说明书与批准的内容相符后,方准入库。

2仓库保管员应根据保健食品的储存要求,合理储存保健食品.需冷藏的保健食品储存于冷库(温度2-10℃),需阴凉,凉暗储存的储存于阴凉库(温度不高于20℃),可常温储存的储存于常温库(温度0-30℃),各库房均应有避光措施,相对湿度应保持在45-75%之间。

3保健食品应离地,隔墙10cm放置,各堆垛间应留有一定的距离.搬运和堆垛应严格遵守保健食品外包装图示标志的要求规范操作,堆放保健食品必须牢固,整齐,不得倒置;对包装易变形或较重的保健食品,应适当控制堆放高度,并根据情况定期检查,翻垛。

4应保持库区,货架和出库保健食品的清洁卫生,定期进行清扫,做好防火,防潮,防热,防霉,防虫,防鼠和防污染等工作。

5,应定期检查保健食品的储存条件,做好仓库的防晒,温湿度监测和管理.每日上下午各一次对库房的温湿度进行检查和记录,如温湿度超出范围,应及时采取调控措施。

6,应根据库存保健食品的流转情况,定期检查保健食品的质量情况,发现质量问题应立即在该保健食品存放处放置“暂停发货”牌,并填写《质量问题报告表》,通知质管部复查并处理。

三、销售制度

1所有销售人员必须经卫生知识和产品知识培训后方能上岗。

2应严格按照《中华人民共和国食品卫生法》,《保健食品管理办法》的要求正确介绍保健食品的保健作用,适宜人群,使用方法,食用量,储存方法和注意事项等内容,不得夸大宣传保健作用,严禁宣传疗效或利用封建迷信进行保健食品的宣传。

3严禁以任何形式销售假劣保健食品.凡质量不合格,过期失效,或变质的保健食品,一律不得销售。

4,销售过程中怀疑保健食品有质量问题的,应先停止销售,立即报告质管部,由质管部调查处理。

5卫生管理员负责做好防火,防潮,防热,防霉,防虫,防鼠及防污染等工作,指导营业员每天上下午各一次做好营业场所的温湿度检测和记录,如温湿度超出范围,应及时采取调控措施,确保保健食品的质量。

四、售后服务制度

1公司应建立一支专业的售后服务队伍,负责解答和处理顾客对保健食品的保健功能,使用方法,食用量,储存方法,注意事项以及质量问题的咨询和投诉。2售后服务部应建立售后服务档案,对顾客提出的意见和处理结果予以登记,定期汇总上报公司相关部门。

3定期开展用户访问,积极做好售后服务工作,及时向质量管理部门反馈客户质量查询或投诉信息,并落实相关质量改进措施。

4对消费者投诉的质量问题,应在接到信息后第一时间予以处理,重大问题应及时上报公司分管负责人,必要时向主管部门报告。

5营业场所内应设立顾客意见本,服务公约,服务电话和行业主管部门投诉电话,便于消费者监督。

6对消费者提出的合理化建议应积极予以采纳,并予以感谢。

7制定便民服务措施,提供义务咨询,免费送货上门等服务提高顾客满意度。

五、经营场所卫生管理制度

1公司全体员工均应保持经营场所的干净,整洁。

2经营场所内不得存放有毒,有害物品。

3经营场所内不得随地吐痰,乱丢果皮,杂物等。

4任何员工不得将易燃,易爆等物品带入经营场所内。

5个人办公区间物品应摆放整齐,办公台上不得摆放与办公无关的物品。6不得在经营场所内用餐,如需用餐需在公司统一规定的区域内。

7注意个人卫生,不得穿背心,拖鞋进入办公区域。

8灭蚊灯,老鼠夹,杀虫剂应保持有效状态,发现故障应及时报告卫生管理员,卫生管理员应立即采取措施加以解决。

六、仓库卫生管理制度

1仓库划分为待验区,合格品区,不合格品区,各区应放置明显标志。

2所有入库产品应分区,分类摆放在规定的区间,出入库帐目应与货位卡相符。

3应根据保健食品的性能及要求,将保健食品分别离地整齐存放于常温库,阴凉库或冷藏库,并保证保健食品的质量。

4应合理使用仓容,堆码整齐,牢固,无倒置现象.库存保健食品应按保质期远近依序存放,先进先出,不同批号保健食品不得混垛。

5仓库内应保持干燥,整洁,通风,地面清洁,无积水,门窗玻璃洁净完好,墙壁天花板无霉斑,无脱落,防虫,防鼠,防尘,防潮,防霉,防火设施配置齐全,措施得当。

6仓库应定期做好清洁卫生消毒工作,每日进行防蝇,防鼠,防蟑检查和打扫卫生,每月进行一次消毒,杀菌,并作好记录。

7非仓库员工不得进入仓库.进出仓库要换仓库专用鞋预防灰尘。

8仓库内不得吸烟,喝酒,进食,不得存放与保健食品存放无关的私人杂物,不得存放易燃,易爆和有毒物品。

七、人员健康管理制度

1从事经营活动的每一位员工每年必须在区以上医院体检一次,体检除常规项目外,应加做肠道致病菌,胸透以及转氨酶,取得健康证明后方可参加工作。

2凡患有痢疾,伤寒,病毒性肝炎等消化道传染病(包括病原携带者),活动性肺结核,化脓性或渗出性皮肤病,精神病以及其他有碍食品卫生的疾病的,不得参与直接接触保健食品的工作。

3员工患上述疾病的,应立即调离原岗位.病愈要求上岗,必须在指定的医院体检,合格后才可重新上岗。

4公司发现有患传染病的职工后,相关接触人员必须立即进行体检,确认未受传染的,方可继续留岗工作。

5每位员工均有义务向部门领导报告自己及家人身体情况,特别是本制度中不允许有的疾病发生时,必须立即报告,以确保保健食品不受污染。

6在岗员工应着装整洁,佩戴工号牌,勤洗澡,勤理发,注意个人卫生。

7应建立员工健康档案,档案至少保存三年。

八、人员培训制度

1各级管理人员,经营人员及与经营活动有关的维修,保洁,仓储,服务等人员,均应按《中华人民共和国食品卫生法》和《保健食品管理办法》的规定,根据各自的职责接受培训教育。

2质量管理部负责制定员工培训计划,报总公司批准后下发实施.行政部门按照培训计划合理安排全年的质量教育,培训工作,并负责建立职工教育培训档案.3培训方式以企业定期组织集中学习和自学方式为主,以外部培训为辅.任何人无正当理由,均不得缺席公司的培训,并应自觉完成学习计划。

4新录入员工,转岗员工上岗前须进行质量教育与培训,主要培训内容包括《中华人民共和国食品卫生法》,《保健食品卫生管理办法》等相关法律法规,岗位职责,各类质量台帐,记录的登记方法等.培训结束后统一考核,不合格者不得上岗。5参加外部培训及在职接受继续学历教育的人员,应将考核结果或相应的培训教育证书原件交行政部门验证后,留复印件存档。

6企业内部培训教育的考核,由行政部门与质量管理部共同组织,根据培训内容的不同可选择笔试,口试,现场操作等考核方式,并将考核结果存档。

7培训和继续教育的考核结果,作为有关岗位人员聘用的主要依据,并作为员工晋级,加薪或奖惩等工作的参考依据。

岗 位 职 责

一、专营店负责人岗位职责

1对公司保健食品的经营负全面责任,保证公司执行国家有关保健食品的法律,法规和行政规章。

2负责建立,健全公司质量管理体系,加强对业务经营人员的质量教育,保证公司质量管理方针和质量目标的落实和实施。

3负责签发保健食品质量管理制度及其他质量文件,负责处理重大质量事故,定期组织对质量管理制度的执行情况进行考核。

4负责对保健食品首营企业和首营品种的审批,对公司购进的保健食品质量有裁决权。

5负责国家和上级主管部门有关保健食品的法律法规及各项政策在公司内部的贯彻实施。

6负责选拔任用各方面的合格人员,定期开展质量教育和培训工作,每年组织一次全员身体检查。

二、食品卫生管理员岗位职责

1认真学习和贯彻执行国家有关保健食品的法律,法规和行政规章,严格遵守公司的质量和卫生管理的规章制度,对保健食品的卫生管理工作负直接责任。2按时做好营业场所和仓库的清洁卫生工作,保持内外环境整洁,保证各种设施,设备安全有效。

3每年负责安排公司经营人员的健康检查,建立并管理员工健康档案,监督检查员工保持日常个人卫生。

4负责监督做好营业场所和仓库的温湿度检测和记录,保证温湿度在规定的范围内,确保保健食品的质量。

5保证保健食品的经营条件和存放设施安全,无害,无污染,发现可能影响保健食品质量的问题时应立即加以解决或向总公司报告。

三、购销人员岗位职责

1严格遵守国家有关保健食品的法律法规和各项政策,遵守公司各项质量管理的规章制度,特别是采购和销售方面的管理制度。

2对购进的保健食品应按照合同规定的质量条款,认真检查供货单位的《卫生许可证》,《工商执照》和保健食品的《批准证书》,《检验合格证》,对保健食品逐件验收。

3销售人员应确保所售出的保健食品在保质期内,并应定期检查在售保健食品的外观性状和保质期,发现问题立即下架,同时向质管部报告。

4销售时应正确介绍保健食品的保健作用,适宜人群,使用方法,食用量,储存方法和注意事项等内容,不得夸大宣传保健作用。

**第四篇：保健品销售宣传语**

新中国成立初期的生活贫困、粗茶淡饭，到改革开放前的食物匮乏单调、票证盛行，再到改革开放后物资日益充裕，人们的生活餐桌也变得越来越丰盛„„犹记得在90年代，那时生活虽然已经大好，但是那个时候白馒头、米饭、蛋糕对很多人来说还是奢侈品，更多的还是玉米、地瓜、高粱的一些粗粮，心里总在期盼哪天可以吃上一些细粮。

进入21世纪后，生活似乎和人们开玩笑，人们终于有条件改善生活、鱼肉细粮了，却生出了“富贵病”。人们又转过头来怀念那些有粗粮相伴的日子，于是越来越多的人开始重视五谷杂粮。

从过去的吃不饱，到现在的吃健康，这就是一个社会发展前进的缩影。《黄帝内经》中认为五谷即“粳米、小豆、麦、大豆、黄黍”，而在《孟子滕文公》中称五谷为“稻、黍、稷、麦、菽”，在佛教祭祀时又称五谷为“大麦、小麦、稻、小豆、胡麻”，再而后便是李时珍在《本草纲目》中记载谷类有33种，豆类有14种，总共47种之多。现在通常说的五谷杂粮，是指稻谷、麦子、大豆、薯类，而习惯地将米和面粉以外的粮食称作杂粮，所以五谷杂粮也泛指粮食作物。故通常认为，五谷是粮食作物的统称。

然而，与以往不同的是，昔日那些用来填饱肚皮的五谷杂粮现在多了一项使命，那就是养生。其实早在《黄帝内经·素问》中就提出了“五谷为养，五果为助，五畜为益，五菜为充，气味合而服之，以补精益气”的饮食调养原则，这也说明了五谷在饮食中的主导地位。

**第五篇：2025保健品销售工作计划**

2025保健品销售工作计划范文

是指以销售、租赁或其他任何方式向第三方提供产品或服务的行为，包括为促进该行为进行的有关辅助活动，例如广告、促销、展览、服务等活动。为了更好的开展工作，一帮都会提前制定好工作计划。接下来小编为你带来2025保健品销售工作计划，希望对你有帮助。

我于XX年\*月来单位工作，现在在市场营销部门工作。回顾这一年保健品的工作历程，作为公司的销售人员工作取得了一定的成绩，在完成了公司的既定目标的同时，也存在不少的问题，为了更好的完成项目的营销工作、实现双赢，特对阶段性的销售工作进行总结。

一、工作中的几点体会

刚到销售、策划部门时，对销售、策划方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导、同事的帮助下，很快了解到销售的性质、以及销售对象、以及双方的相互合作性质及内容。作为销售部中的一员，我深深觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。

二、自身存在的问题及改正措施

经过一年多的磨练也使我个人的能力得到了锻炼，提高。总结这一年紧张有序的工作，个人认为可总结以下几方面：

1、对招商顾客的跟踪回访不及时。由于多方面原因我销售人员外出机会较少，从而减少了与顾客的相互沟通，这种情况下好多顾客会把我们淡忘掉以至于好多合作机会会在这种情况下丢掉。

2、没有注重自己销售理论知识的提高，自己主动学习理论知识的能力有待提高。

3、与顾客的沟通不到位。由于从事销售工作经验不足、想到做到的不周全以至于会出现些棘手的问题。

三、2025年工作工作计划

回顾过去是为了更好的把握未来，在新的一年里我将会对自己有更高的要求，以平稳的心态去工作，给自己一个准确积极的定位

1、积极努力完成公司的要求，为公司贡献自己的一份力量。

2、全方面加强学习、努力提高自身业务水平，加强专业理论知识的学习

3、做好顾客信息的归纳，阶段性的做顾客回访工作，定期对销售市场做调查，以便做一个准确的定位。

4、积极、热情与顾客沟通，发现问题及时解决。

最后很感谢公司为我提供一个很好的平台，使我在这个大家庭中得到锻炼并渐趋成熟，感谢领导以及同事对我的关心、帮助。相信我将会以更好的状态投入来年的工作。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！