# 保健品销售技巧

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2025-07-14

*第一篇：保健品销售技巧保健品销售技巧顾客拒绝的有几种：1、不愿意改变——接受新鲜事物意味着放弃旧的东西，人类的天性是拒绝改变的。2、没有需求——顾客根本没有这方面的需求，遭到拒绝是自然的事。3、自己不了解不知道——人们往往拒绝那些看不懂不...*

**第一篇：保健品销售技巧**

保健品销售技巧

顾客拒绝的有几种：

1、不愿意改变——接受新鲜事物意味着放弃旧的东西，人类的天性是拒绝改变的。

2、没有需求——顾客根本没有这方面的需求，遭到拒绝是自然的事。

3、自己不了解不知道——人们往往拒绝那些看不懂不了解的东西。

4、不喜欢而不信任你——如果人们不喜欢你，他们就不信你，就不愿意接受你的建议。销售不只是产品。销的是自己，售的是一种观念，顾客对你有好感，才能信任你的话。处理拒绝意见：

公式：点头重复肯定.......但是......解释说明.......提出建议

1、我用好几种保健品还没用完？

答：嗯，这说明你有很强的保健意识，但是你吃了这么多的保健品不是还不见好吗？你看你的身体还是这么差，说明你现在用的保健都没有多大的效果，或者说都没能对症下药，那么我们就是为了避免这种情况，所以给大家提供了这个免费的身体检测，确保能给你对症下药。经过刚才的检测（问诊），说明我们这种产品是适合你吃的，你可以买一些跟你现有的保健品配合吃，效果会更好！

2、我上过了好几次当，不敢再相信了？

答：我非常理解你的感受，我要是你我也会这么想。但是我们不能因为这样就什么都不相信了啊。实际上你用的这些产品挺好的，但是那些主要是针对某某病证的，所以你用了效果不太理想。而我们这么是专门针对心脑血管疾病，对你的冠心病（高血压）能够起到清洗血管、清理血液的作用，从而达到疏通血管，血液通畅，改病善冠心病（高血压）效果。

3、太贵了，我没钱！

答：哦，没钱啊？但也不能不顾自己的身体啊。这见过很多病人都是这样：今天没钱（不舍得花钱）治病或保健，明天一定有钱（要花钱）住院，（为什么呢？因为那时已经病倒了，不去不行啊！），住院就不是几千块所能解决问题的，至少也得花好几万，但是结果又是什么呢？举例子。。。你看你的病都发展到这么严重了，还不舍得花点钱治治，谁还能帮你呢？（到时出了问题苦的还是自己和家人）

4、我享有公费医疗，吃药不用花钱或少花点钱？

答：公费能让你得病不花钱，但它能给你保健吗？哦，这是件好事，但你注意到了没有？很多享有公费医疗的人，还是中风了，为什么呢？就是因为你们享有公费医疗，所以有点小问题觉得没什么，不舍得花钱保健），所以说，公费只是一种保障，在得病的时候保障用上药，但它能保证你健康吗？能保证你不得病吗？你目前这种情况也在用公费医疗的药物，为什么这些病症没有得到控制呢？因为这药物都治标不治本，只能解决临时问题。而我们的产品能通过清理血液，清洗血管来达到标本兼治的目的，从源头上控制你的高血压问题。

5、你们的产品上说明只写着调节血脂，可我的血脂不高，不需要服用你们的产品？

答：你这个问题提得很好，但是血脂有两个部分：一是血液中流动的，即我们通过化验可检测到的，就是通常说的胆固醇、甘油三脂、低密度脂蛋白；另一部分往往被我们忽视了，即和血管内膜沉积的粥样斑块，斑块的主要物质也是胆固醇、低密度脂蛋白和甘油三脂。要控制动脉硬化，只能把血管内膜的那些垃圾也清理下来，才能达到目的6、没钱？

答：（所以我才建议你用这种方法赚钱啊！省钱就是赚钱嘛）你可以先去借点钱来买，有个刘阿姨情况和你也差不多，但她的病还比你好一点，她说她看见自己的朋友也在服用这种产品，效果非常好，于是就是借钱买了半年，因为她知道，健康才是最大的本钱，有了健康才

能拥有一切；要是连健康都没有了，那就算有再多的退休工资也没命拿啊！

7、保健品不能治病我不买？

答：你的思想可能有点落后了，可能你还不知道，保健品分有两种，一种是功能型的，一种是营养型的，功能型的保健品可以起到药物所起不到的作用，而且没有副作用，像你有糖尿病，吃了许多药物都没见好，还给肝脏带来很大的副作用，你要是用上我们的产品，它通过将血糖转化为糖元，从而达到平稳血糖的作用。

8、太贵了，没钱买？

答：（所以我才建议你用这种方法省钱啊！）咱来算算，一年是5880元，一个月才四百多块，一天才十多块钱，如果现在不舍得花这点钱，要是住院了一天也得花好几百块，一次下来至少也要好几千块，多则几万块，还要身体受罪；如果你用了我们的产品，把身体搞好了，能多活个几年，那共产党还要发给你好几万工资呢，你说值不值？

9、我要跟老伴商量一下再说？

答：你们夫妻的感情真好啊，你老伴这么关心你，他昨天也说了，只要能让你健康起来，他没什么意见。（为了你的身体健康，他肯定也会同意的）

10、我没什么病，不用吃？

答：是啊，你现在的身体是比较好，但随着年龄的增长，血液和血管里的垃圾也会越积越多，就会慢慢形成动脉硬化，（现在越来越多的老年人都很重视健康，没病可以防病，现在你没什么时候大病，但你现在的体质已经慢慢发生异常了）你再不做好预防，到时要花的钱还得更多。

11、只想要些资料看看，还不想买？

答：你这种想法很好，一看就知道你是个爱学习而且保健意识又强的人，但光看资料是远远不够的，它又不能帮你解决实际的问题，而我们的产品是能够直接帮助你净化血液，清理血管的，从源头上控制疾病的发生，所以我建议你能用上一个周期，到时你的病好了，连资料都不用看了。

12我认为通过一般的调理就可以了？

答：饮食和运动调理是很好，而且要在没发病之前就要开始调理效果才好，但需要的时间很长，可能要个十年八年的，甚至要更多的时间，你的身体能等吗？而且很难坚持，万一有时忘了就前功尽弃了；而我们的产品只要半年的时间就可以调理好你的体质，恢复正常的结构功能，那是方便又实惠啊！何乐而不为呢？

13、不能报销我不买？

答：钱是身外之物，生带不来死带不去的，没钱还能挣回来，没命了那就挽不回来了，你看你留着这么多钱有啥用？有个大爷他也是离休干部，吃什么药都能报销，平时就不注意预防，有了病再吃药，最后在医院里把自己也报进去了，你说不报销就不用看病了吗？

你都病成这样了还考虑什么报销啊？你吃这么多药不也一直在报销吗？为什么你的病还没好啊？因为没有找到根本原因，只是治标不治本，虽然自己没花钱，但也受了不少罪吧？就那药物的副作用就已经对你的肝脏造成很大的伤害了

**第二篇：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。

**第三篇：保健品销技巧**

保健品销已经不像前几年那么容易了，而是正面临着严重的信任危机，再加了现在的保健品公司成千上万，竞争异常激烈，销售人员在销售时自然会遇到层层的拒绝，但话说回来，拒绝是销售的一部分，学会从拒绝中发觉顾客的需求，把拒绝转换为另一种销售机会。拒绝是顾客的习惯性反射动作，并不是真正的意愿的表示，处理拒绝才可以真正了解顾客的想法，处理是促销的最好时机。

顾客拒绝的有几种：

1、不愿意改变——接受新鲜事物意味着放弃旧的东西，人类的天性是拒绝改变的。

2、没有需求——顾客根本没有这方面的需求，遭到拒绝是自然的事。

3、自己不了解不知道——人们往往拒绝那些看不懂不了解的东西。

4、不喜欢而不信任你——如果人们不喜欢你，他们就不信作你，就不愿意接受你的建议。销售不只是产品。销的是自己，售的是一种观念，顾客对你有好感，才能信任你的话。

处理拒绝意见：

公式：点头重复肯定.......但是......解释说明.......提出建议

1、我用好几种保健品还没用完

答：嗯，这说明你有很强的保健意识，但是你吃了这么多的保健品不是还不见好吗？你看你的身体还是这么差，说明你现在用的保健都没有多大的效果，或者说都没能对症下药，那么我们就是为了避免这种情况，所以给大家提供了这个免费的身体检测，确保能给你对症下药。经过刚才的检测（问诊），说明我们这种产品是适合你吃的，你可以买一些跟你现有的保健品配合吃，效果会更好！

2、我上过了好几次当，不敢再相信了

答：我非常理解你的感受，我要是你我也会这么想。但是我们不能因为这样就什么都不相信了啊。实际上你用的这些产品挺好的，但是那些主要是针对某某病证的，所以你用了效果不太理想。而我们这么是专门针对心脑血管疾病，对你的冠心病（高血压）能够起到清洗血管、清理血液的作用，从而达到疏通血管，血液通畅，改病善冠心病（高血压）效果。

3、太贵了，我没钱！

答：哦，没钱啊？但也不能不顾自己的身体啊。这见过很多病人都是这样：今天没钱（不舍得花钱）治病或保健，明天一定有钱（要花钱）住院，（为什么呢？因为那时已经病倒了，不去不行啊！），住院就不是几千块所能解决问题的，至少也得花好几万，但是结果又是什么呢？举例子。。。你看你的病都发展到这么严重了，还不舍得花点钱治治，谁还能帮你呢？（到时出了问题苦的还是自己和家人）

4、我享有公费医疗，吃药不用花钱或少花点钱。

答：公费能让你得病不花钱，但它能给你保健吗？哦，这是件好事，但你注意到了没有？很多享有公费医疗的人，还是中风了，为什么呢？就是因为你们享有公费医疗，所以有点小问题觉得没什么，不舍得花钱保健），所以说，公费只是一种保障，在得病的时候保障用上药，但它能保证你健康吗？能保证你不得病吗？你目前这种情况也在用公费医疗的药物，为什么这些病症没有得到控制呢？因为这药物都治标不治本，只能解决临时问题。而我们的产品能通过清理血液，清洗血管来达到标本兼治的目的，从源头上控制你的高血压问题。

5、你们的产品上说明只写着调节血脂，可我的血脂不高，不需要服用你们的产品。

答：你这个问题提得很好，但是血脂有两个部分：一是血液中流动的，即我们通过化验可检测到的，就是通常说的胆固醇、甘油三脂、低密度脂蛋白；另一部分往往被我们忽视了，即和血管内膜沉积的粥样斑块，斑块的主要物质也是胆固醇、低密度脂蛋白和甘油三脂。要控制动脉硬化，只能把血管内膜的那些垃圾也清理下来，才能达到目的6、没钱

答：（所以我才建议你用这种方法赚钱啊！省钱就是赚钱嘛）你可以先去借点钱来买，有个刘阿姨情况和你也差不多，但她的病还比你好一点，她说她看见自己的朋友也在服用这种产品，效果非常好，于是就是借钱买了半年，因为她知道，健康才是最大的本钱，有了健康才能拥有一切；要是连健康都没有了，那就算有再多的退休工资也没命拿啊！

7、保健品不能治病我不买

答：你的思想可能有点落后了，可能你还不知道，保健品分有两种，一种是功能型的，一种是营养型的，功能型的保健品可以起到药物所起不到的作用，而且没有副作用，像你有糖尿病，吃了许多药物都没见好，还给肝脏带来很大的副作用，你要是用上我们的产品，它通过将血糖转化为糖元，从而达到平稳血糖的作用。

8、太贵了，没钱买。

答：（所以我才建议你用这种方法省钱啊！）咱来算算，一年是5880元，一个月才四百多块，一天才十多块钱，如果现在不舍得花这点钱，要是住院了一天也得花好几百块，一次下来至少也要好几千块，多则几万块，还要身体受罪；如果你用了我们的产品，把身体搞好了，能多活个几年，那共产党还要发给你好几万工资呢，你说值不值？

9、我要跟老伴商量一下再说

答：你们夫妻的感情真好啊，你老伴这么关心你，他昨天也说了，只要能让你健康起来，他没什么意见。（为了你的身体健康，他肯定也会同意的）

10、我没什么病，不用吃

答：是啊，你现在的身体是比较好，但随着年龄的增长，血液和血管里的垃圾也会越积越多，就会慢慢形成动脉硬化，（现在越来越多的老年人都很重视健康，没病可以防病，现在你没什么时候大病，但你现在的体质已经慢慢发生异常了）你再不做好预防，到时要花的钱还得更多。

11、只想要些资料看看，还不想买

答：你这种想法很好，一看就知道你是个爱学习而且保健意识又强的人，但光看资料是远远不够的，它又不能帮你解决实际的问题，而我们的产品是能够直接帮助你净化血液，清理血管的，从源头上控制疾病的发生，所以我建议你能用上一个周期，到时你的病好了，连资料都不用看了。

12我认为通过一般的调理就可以了。

饮食和运动调理是很好，而且要在没发病之前就要开始调理效果才好，但需要的时间很长，可能要个十年八年的，甚至要更多的时间，你的身体能等吗？而且很难坚持，万一有时忘了就前功尽弃了；而我们的产品只要半年的时间就可以调理好你的体质，恢复正常的结构功能，那是方便又实惠啊！何乐而不为呢？

13、不能报销我不买

钱是身外之物，生带不来死带不去的，没钱还能挣回来，没命了那就挽不回来了，你看你留着这么多钱有啥用？有个大爷他也是离休干部，吃什么药都能报销，平时就不注意预防，有了病再吃药，最后在医院里把自己也报进去了，你说不报销就不用看病了吗？

你都病成这样了还考虑什么报销啊？你吃这么多药不也一直在报销吗？为什么你的病还没好啊？因为没有找到根本原因，只是治标不治本，虽然自己没花钱，但也受了不少罪吧？就那药物的副作用就已经对你的肝脏造成很大的伤害了

**第四篇：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

**第五篇：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。

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！