

# 2023年医疗器械行业工作计划和目标(优质5篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 医疗器械行业工作计划和目标篇一

始终把优秀的企业文化作为企业发展的核心竞争力，把“三十二”方针融入到具体的工作中，导入cis系统；提前规划和准备十五周年大庆活动，做好宣传、展示形象。

### (二)经济指标及考核盈余：

继续坚持以“项目”为中心，以变现为核心，突出重点“变现、变现、再变现”始终把变现工作放在工作的首要位置。

1、在优质、高效完成在建项目开发、回笼资金的同时，要深入调查、认真研究，适时变现湖天花园村、鸿运楼、湖天一色12#楼、三角坪停车场、世纪文体街的变现，完成湖天商业广场的部分招商工作。

2、总结湖天一色\_\_酒店在销售、装修、开业等方面的典型经验，形成\_\_产权式酒店的标准和模式，先后在4月份、6月份和10月份推出会同\_\_酒店、顺天国际\_\_酒店、洪江\_\_酒店。

3、认真调研，抓住城市南扩、工业园建设、中方全面搬家、高速公路通车的契机，全面推进中方生态城的项目建设。第

一，按照建设“鹤、芷、中、洪一体化”的思路，由中方县政府牵头、企业组织实施，邀请专家、行业参与大怀化城区规划的讨论和宣传，让“生态城”和“怀化后花园”的概念深入人心。第二，项目开发以住宅为主、商业为辅，走以“项目带动”和“土地转让”相结合的变现方式，杜绝发生已征土地的法律风险。

4、主楼征地拆迁工作要必须加大力度、加快步伐，争取时间，规避由于《物权法》出台新增加的阻力，在8月底前完成主楼拆迁和可行性研究报告，力争在10月份推出主楼的住宅部分，在12月份推出商业部分，全力打造怀化第一楼。同时还要确保在6月份前解决湖天一色五期重合地问题。

5、洪江、会同、靖州加快已开楼盘的建设，准确把握市场，抓住时机，及时调整销售政策，确保“资金就地平衡”  
认真研究百货业态的管理，精细测算，搞好冷水江\_\_国际的整改。

(三)完善考核机制、任务分解到位，确保完成20xx年度各项经济指标。

由于受宏观政策大气候的影响20xx年房产公司的产值和考核盈余与xx年保持一致。要2月底完成任务分解工作，到部门(项目)、到处室、到个人。3月份完善考核机制。

(四)认真落实“产品优、成本低、服务好”的各项措施。

3月份完成房产服务手册;5月份完成“定额设计”和“定额施工”方案，并在此基础上围绕集团产业战略，加大对产品的研发力度，研究符合酒店和超市经营管理的产品，为主楼的开发建设提供宝贵经验;6月份成立客户俱乐部和房屋超市。

(五) 确保工程进度，争取如期完工，为销售任务的完成创造条件。

(六) 资金是项目开发的生命线，既要加速变现，又要加大融资力度，做到“两条腿走路”。在做好按揭贷款、争取项目贷款的同时，认真研究和利用银行新的金融产品，推动销售。融资工作从“依赖”银行转变为“依靠”银行。

(七) 积极应对持续、稳健的宏观调控政策，认真分析国家新出台的土地增值税政策，研究对策，提前准备，落实措施。

(八) 加强项目开发的营销策划工作，重视市场调研，宣传工作提前介入，确保完成销售任务。

(九) 重视和加强人力资源工作，建立健全管理制度。培养、引进专业技术类人才和操盘手，逐步摆脱“能人经济”模式。

我们相信20xx年有董事局的正确领导、有\_\_人万众一心的精神，房产公司全体员工会再接再厉，为\_\_的事业努力工作。

## 医疗器械行业工作计划和目标篇二

主要工作和做法：

监管所成立后，我所的人员也进行了相应的调整，在原工商所的基础上增加至八人，所里人员结构有了变化（\*均年龄偏大）。为切实履行职责，我所从抓队伍建设入手，加强融合，强化责任意识，打造出一支有凝聚力、有战斗力的市场监管队伍。

（一）我所通过多次集中学习、个别谈话等形式，使全所干部职工思想观念发生了明显变化，进一步认清了形势、统一了认识、摆正了位置，从思想观念到工作定位、工作方式都

发生了明显的转变，工作作风也得到进一步加强。

（二）加强学习，提高业务水\*。机构改革后，监管所的职能增加，业务面扩大，这也要求我们要提高业务能力才能适应新的工作。为此，我所加强业务学习活动，开展每月一课

（所长、副所长上课）学法律法规活动，通过相互学习的方式学习新纳入职能的法规和知识，同时积极参加县局组织的各项业务学习，不断提高业务水\*和办事能力。

（三）加强党建工作，我所现有\*员8名，面对日益繁重的监管工作，我所以学《\*》、上党课、组织开展党员活动积极发挥党员的模范带头作用，带领全所人员切实履行职责，做好市场监管工作。

1、全力开展“清无”、安全生产整治行动，打疏结合，规范市场经营主体行为，消除安全隐患。我所根据辖区实际，将“清无”、安全生产工作列为重中之重，今年以来，我所开展4次整治行动，共规范引导办照147家、变更登记138家，对无证经营户抄告当地\*及相关部门烟花爆竹23家、加油站1家。在“清无”、安全生产整治工作中，我所采取分类管理的方法，对可以疏导办照规范经营的督促其尽快办理相关证照合法经营，对无法疏导的则予抄告和取缔。消除了重点场所安全隐患。开展了特种设备、标准计量器具的专项检查，对在生产经营中使用压力容器、锅炉的企业作为重点检查对象，督促企业落实安全生产责任制，对企业存在的问题下达了安全监察指令书26家，并抄告了当地\*，有效的避免了安全生产事故的发生。

2、切实履行食品药品安全监管职责，把好食品经营准入关。我所今年已受理食品流通许可证申请125份，核发107份，受理餐饮服务许可证25份，核发22份。同时，我所进一步加强食品安全的监管工作，以猪肉、豆制品和应节商品为重点监管食品，以综合市场、超市、学校周边环境为重点监管场所，认真落实各食品经营单位的准入制度和食品安全日常巡查制

度，加大巡查力度和巡查次数，有效的遏制了伪劣、过期食品的销售。对4家食品生产企业和xx家食品加工小作坊进行了两次检查和回访，4家存在问题豆制品加工小作坊下发了责令改正通知书。在餐饮服务方面，认真做好27个学校食堂和机关食堂的巡查，检查餐饮服务企业23家，下发监督意见书??份。同时开展了农村聚餐备案登记，以及农村厨师体检和协管员培训工作。在药品方面，对8家药店和23家诊所进行了2次现场检查，制作了现场笔录留下了监管痕迹，今年，我所较好地完成了食品安全监管任务，辖区没有发生一起食物中毒案件。

大力打击制售假冒伪劣商品违法行为，做好消费者权益保护工作。今年我所受理投诉4起，调解处理4起。接到涉嫌传销举报1起，在当地综治办的配合下及时赶到现场劝离了涉嫌传销人员和群众，并宣传了传销的相关知识和法律法规，避免了群众上当受骗。在商标、广告方面，我所开展了商标、广告的违法专项整治，重点检查了镇区广告牌、车体广告、食品药品广告，共查处商标侵权案件1宗，涉案金额达万元，罚款5000元。

今年我所出色完成了当地\*部署的各项工作，得到当地\*领导的充分肯定和赞扬。

总结今年的工作，虽然取得一定的成绩，但我们也看到存在的不足：

## **医疗器械行业工作计划和目标篇三**

广西盛利达医疗投资有限公司

广西缘之善贸易有限公司

广西南宁市生化药品仪器有限公司

南宁朗轩医疗器械有限公司

广西德基隆医疗设备有限公司

广西旭康医疗器械有限公司

广西健港科技发展有限公司

广西盈杉科技有限公司

广西桂之辉医疗科技有限公司

广西文轩医疗科技有限公司

广西冠恒医疗器械有限公司

广西安尔嘉医疗科技有限公司

广西图米科技有限公司

南宁市来立康商贸有限公司

广西朗曼医疗科技有限公司

广西同田生物技术有限公司

南宁市大槐树贸易有限公司

广西南宁利之强商贸有限公司

广西瑞崇康医疗科技有限公司

广西启懿医疗科技有限公司

广西瑞康达医疗科技有限公司

南宁市驰展医疗器械有限公司

广西硕研贸易有限公司

广西柯楠商贸有限公司

广西卡迈贸易有限公司

广西群优投资有限公司

广西朋诚涵商贸有限公司

广西威高医药科技有限公司

广西高和远医疗设备有限公司

广西桂彤馨医疗器械有限公司

广西锐康医疗科技有限公司

广西恒寿医疗器械有限公司

广西森瑞医疗科技有限公司

南宁海之鑫医疗设备有限公司

广西新粤佳医疗器械有限公司

广西奥利诺医疗科技有限公司

广西方吉俊商贸有限公司

南宁德蓝科技有限公司

广西精度商贸有限公司

广西艺敬贸易有限责任公司

南宁市恒尔信医疗器械有限公司

南宁市秉航贸易有限公司

南宁市康众莱医疗科技有限公司

南宁市君尔蔓商贸有限公司

南宁沁康贸易有限公司

南宁尚康商贸有限公司

广西远图文化传媒有限公司

附件3

## 医疗器械行业工作计划和目标篇四

（一）加强领导，广泛发动，营造浓厚的社会氛围

（二）建章立制，落实责任，食品安全综合监管工作顺利开展

作文作文作文作文年是全县食品安全建设试点的开局年。我们在深入调查研究的基础上，制定出台了《食品药品安全协调委员会工作制度》、《食品安全事故督察督办制度》、《重大食品安全事故应急预案》、《作文作文作文作文年食品专项整治工作实施》等一系列规章制度和文件，为全面加强食品安全综合监管工作提供了制度保障，确保了食品安全工作顺利开展。县政府每年与各乡镇和各部门签定《食品安全责任书》，明确监管目标，并将食品安全目标管理工作纳入到“平安建设”考核范围。



### （三）协调联动，齐抓共管，市场整顿取得实效

为克服分段监管、单兵作战的局限性，我们不断创新监管手段，针对问题频发环节、高风险食品和跨领域违法等问题，采取统一部署、集中行动、互联互通的方式，加大了市场整顿力度。今年以来，全县联合行动十次，食品安全专项检查作文作文余次，市场整顿工作取得了明显成效。

一是源头污染得到初步控制。大力推行了农产品例行检测制度，定期发布农产品检测信息。今年，全县分次抽检了余个绿色食品、无公害品种，全部达到合格标准。在标准化生产基地推行了农资购买、销售及指导应用“三统一”制度，在蔬菜集中产区推行了农药专营制度，去年农业部门共出动执法人员人次，检查企业个（次），整顿市场个，立案查处起，结案起，共查获农药吨，化肥吨，捣毁制假、售假窝点个，为农民群众挽回经济损失近万元，使剧毒、高毒、高残留农药和假冒伪劣农业投入品得到了严格控制。加快了产地认定和产品认证步伐，全县绿色食品发展到个系列个品种，生产基地万亩；无公害农产品个，基地个，面积万亩，农业标准化生产规模进一步扩大。

二是生产加工环节监管力度不断加大。今年全县质监系统共出动执法人员余人次，检查食品生产企业家，查处质量违法案件起，涉案货值万余元，确保了生产加工环节的食品安全。

三是食品市场秩序得到进一步规范。开展了“儿童食品”、“夏季饮品”、“奶制品”、“双节”等多次专项整治行动，重点查处了无照经营和销售无质量合格、不符合食品质量标准、过期变质儿童食品的行为。今年以来共查办案件起，查扣假冒伪劣乳制品箱、注水肉公斤、过期变质食品公斤；查处食品商标侵权案件余件，收缴、销毁商标标识万余件（套），罚没款万元。四是消费环节的监管进一步加强。今年以来，吊销卫生许可证个，责令停产户，取缔户，查处不合格食品余公斤，提高了食品生产经营单位的安全防范意

识。五是定点屠宰工作取得新进展。为确保广大人民群众吃上放心肉，在城区实行定点屠宰、集中检疫、统一纳税、分散经营的管理制度，对保障我县的肉类食品安全发挥了重要作用。

小餐饮单位和街头食品摊点数量多、分布广、流动大，卫生条件差，各类集体食堂经营成分复杂，管理水平参差不齐，发生群体性食物中毒的隐患仍不同程度存在。在自身工作方面，管理体制和运行机制仍然不够顺畅，在实际工作中还存在着重复执法、重复检验以及监管空白的问题，有的执法装备差、检测手段落后，综合监管的作用还没有完全发挥出来。

### 三、下一步工作打算

对这些问题，我们将在今后的工作中认真加以解决。下步我们将着力抓好以下六个方面的工作，努力实现六个方面的新突破：

一是实施“食品放心工程”要实现新突破。强化食品安全的源头治理。继续大力实施名牌产品、名优企业带动战略，推动食品质量的提高。强化日常监管，规范行政审批，严格市场准入。强化产品质量监测体系建设，切实加强对企业生产经营过程的监管。继续全面实施食品卫生监督量化分级管理工作。认真落实《食品放心工程三年规划》，按照《实施食品放心工程综合评价办法（试行）》的要求，进一步明确各级政府、各有关部门和食品生产经营者的工作目标、考核标准和评价办法。今年，我们按照市里的统一安排，对实施食品放心工程情况进行综合评价，进一步推动放心工程向纵深发展。

二是食品专项整治要实现新突破。今年将继续开展食品专项整治行动。重点抓好肉、蔬菜、奶制品、豆制品、水产品、饮料、酒、儿童食品、保健食品等重点品种和城乡集贸市场，机关学校食堂，医院周边、学校周边和旅游景点周边等公共

场所的食品摊点等重点部位，严厉打击制售假冒伪劣和有毒有害商品的不法行为。

## 医疗器械行业工作计划和目标篇五

医疗器械销售行业每年以14%~15%的增长率迅速发展着，但是医疗器械销售技巧营销模式趋于老化问题却逐渐浮出水面，提高销售人员技巧水平，成了老总们越来越多的话题。

医疗器械行业具有知识密集和资金密集的特点，因此进入的门槛较高，但近年来仍然吸引着大量的资本，丰厚的利润不能不说是一个极具诱惑力的理由。但是产品价格高，使用周期长，客户要求严，却是给销售人员设了很多难题，浇了无数盆冷水，该怎么做，是不是要继续做，可能是他们一直在问的问题。答案当然是继续下去。技巧就是坚持下去。下面是从医院设备及家用器械两方面做比较整理出来的销售技巧，供迷茫的医疗器械销售人员参考。

再提一下，要决胜医疗器械市场，不可能速战速决，只有打持久战一条路可走。在这条路上，销售人员没有良好的心理素质，没有专业知识和销售技巧，是很难获得成功的。

### 分析各类客户心理

目前，市场上医用器械的销售方式可大致分为三种：一是社区定点或不定点销售，俗称“跑腿式”。第二种是会议营销，具体还可分为单一会议营销型和复合会议营销型。目前单一型会议营销比例已经较低了，“社区店+会议营销”模式更为普遍，因为增加了前期筛选的过程，会议营销投入产出比有所提高，但营销成本高的弱点也同样明显。第三种就是“体验中心”模式，相比较会议营销而言，特点是购买周期长，顾客满意度较高。

了解了上述基本情况，还必须了解不同消费者的心理。以家

用医疗器械为例，普通消费者之所以投资于医疗器械，是为了保障健康。而一旦达不到这个目标，他们就会受到其他家庭成员的指责。若出现这种情况，对产品品牌的树立、口碑的形成都是非常不利的。对于医疗机构而言，只要他们相信能在较短时间内(即回收期)获取利润，他们通常都愿意下订单。而管理性设备则比较难获得订单，这是因为医院多有这样的认识：购买生产设备可以赚钱；购买办公设备只是让员工更舒服些，对于医院不会有太大好处，因此医院对购买管理性设备的审批往往进行比较严格的控制。

消费者在购买医疗器械时更注重商品的使用价值，而购买生活用品的消费者考虑更多的可能是商品的形象和品味等问题。虽然，价格对医疗器械销售来说也是一个重要因素，但第一要素肯定是质量。因为，消费者都有这样的认识——再便宜的东西如果不能消除病痛，提高生活质量也是“白搭”。

对于医疗机构来说，质量同样是需要考虑的第一要素。因为，产品质量直接关系到患者的健康甚至生命，没有这个基础，医院的正常运营根本无从谈起。而在购入设备时，领导们还十分关心设备的运行费用、耐久性、可靠性和售后服务，只有这几个要素都能达到院方的要求，他们才会考虑购买。

销售人员要针对上述种种心理特征开展工作。以管理性设备为例，可以将其作为“生产设备”来推销，着重说明产品提高效率的能力，要让购买方清楚了解，产品是如何减少医疗机构的服务成本(时间及人力成本)的，从而说服对方最终购买。而在面对家庭使用者时，则更应强调其产品的保健功能、方便性和快捷性。

## 提高个人心理素质

通常来说，医疗器械的交易额是日用消费品交易额的数倍。一个医疗器械销售人员签订几十万元的合同是司空见惯的事，一笔生意几百万元的也不少见。巨大的数字固然意味着收益，

但换个角度来看，医疗器械销售员的活动牵涉金额巨大，担负的责任异常重大，他们更应当花费足够的时间和精力来钻研业务。

在这种环境下工作，有些医疗器械销售新手感受到沉重的精神压力，“喘不过气”来。一个销售\_光机的小伙子，刚接到一个大型医院价值300多万的购物计划，由于过去没有类似的经验，他夜不能寐，整天担心完不成任务，甚至无法从容不迫地过正常生活。而最终的结果是由于精神状态不好，未能有效沟通，生意没谈成。

现实中，这种事情常在新手身上发生。其实，犹太人有句俗语叫“小孩子——小问题；大孩子——大问题”，意思是人要根据自己的个性特征，心理特点来选择不同的道路。如果希望自己在市场上扮演“大角色”，就要先掂量掂量自身的心理承受力和各方面的实力。如果不能提高个人医疗器械的销售了。

### 比拼耐力赢得长跑

医疗器械的采购程序因管理方式的不同而不同，这取决于医院的规模和管理侧重点。一般说来，申请可能由技术部或相关医师提出，然后交给采购部。如果采购的产品价格超出了常规，最高领导层或许会进行干预做最后决定。

即使在一个小型公司里，一切重要物资的采购大权都掌握在老板手里，但在决策过程中，老板又或多或少受到下属的影响。如某医院要购买一台测光机，虽然最终决定权在老板手里，但购买哪个牌子、哪个型号的产品呢？此时，测光师的建议可能会起到很大的作用，因为这种机器他用得最多，也最有发言权。由此可见，医疗器械的销售员通常面对着一种复杂的局面，往往需要面对各色人等，他们必须通盘考虑全局，同时找到工作的重点环节，加以突破，才能最终做成生意。

有人说在医疗器械市场上，只有“有关系”的人才能拥有顾客，这一结论或许有待商榷，但也提示我们，销售工作不仅仅是“卖东西”这么简单。当目标顾客已经与竞争对手建立起良好关系时，你能否插足进去，是后续全部工作的起点；反过来说，你一旦与客户建立起长期关系，并能不断向他们提供良好的后续服务，就像树起了一道坚固的屏障，可以阻挡竞争对手的入侵。

某测光厂的销售主管曾花费整整两年时间才打进一家医院。为了开辟这个客户，他付出了艰苦的努力，一次又一次前往拜访，并不时在产品维护等方面提出建议。他说，我从不指望销售新手们在头一年里能做出什么成绩来。我只希望他们熟悉产品，做好各种准备，并不断地与客户进行接触即可。

的确，医疗器械交易的谈判有时会延续很长一段时间，甚至几年之久。因此，急功近利的工作模式不适用于医疗器械领域。

### 服务至上绝非儿戏

服务已成为当前商家竞争的主题之一，对医疗器械行业来说尤其如此。可以毫不夸张地说，在许多情况下，快速维修能力可能是做成生意的主要原因。如果购买了某产品后，使用中经常出问题，出问题后又难找到必要的零件和人力进行即时维修——这种事情将严重影响医疗器械买卖双方的关系。

在我国，大中型医院日常工作极为繁忙，其设备多在超负荷运转。不少医院都表示，为了获得及时的维修服务，他们宁愿多出点钱，甚至会购买一些维修零件库存备用。由此可见，医疗器械的售后服务是多么的重要。对于医疗器械销售员来说，拿到订单只是工作的开端。医疗器械销售员的成功与否，很大程度上取决随后的服务工作。因此，医疗器械销售员应当切切实实地做好售后的每一项工作，尤其是在处理大客户的问题时，要特别认真，决不能因小而失大。

## 密切留意寻找机会

应当知道，医疗器械的需求完全受消费需求的支配。说到底，医疗器械的需求是从消费需求中派生的，谁也不会因收藏、跟风、喜爱等心理因素而够买一台医疗器械。因此，我们说，医疗器械的需求总量不可能具有伸缩性。

预算限制是医疗器械销售员无可避免的问题，如果你销售的产品购入资金已经列入预算，那当然很好；如果没有列入预算，你便遇到了麻烦，因为重新申请预算的方案很难通过。

会。而能否寻找并把握这些机会，就需要销售人员对其保持高度关注并真正了解客户的内部情况。

大概有走物流渠道的：如华源，九洲通，分发到医药公司。

有走临床医院渠道的。

有走市场代理。地区经销商走药店销售的。

传统的一般招地区经理，或代理商负责。

重点与难点就是上量又赢利了。

现在正在兴起我们正在运作的网络招商。运用电子平台，网络技术，建立的客户数据库直接向目标客户群体招商。

医疗器械销售行业每年以14%~15%的增长率迅速发展着，但是医疗器械销售技巧营销模式趋于老化问题却逐渐浮出水面，提高销售技巧水平，成了老总们越来越多的话题。

### 一、目前医疗器械的采购程序：

在销售医疗器械之前，先了解客户的组织结构和工作程序，可以帮助我们理顺工作顺序和工作重点。

## 1、组织结构

医院里申请采购的部门是使用科室或者使用的人;申请方式有口头要求或书面呈述,填写采购申请。

决策部门是院长(分管院长)或者是院长会。

执行部门是器械科,少数是科室自己采购,到医疗器械科报帐。

## 2、采购程序

### 2、1低值易耗医疗器械采购

耗材采购,对正在使用的耗材,使用人做计划,报给器械科(处或设备科/处,以下简称器械科)采购。

如果其它品牌的耗材进入,需要使用人建议,使用人所在科室领导同意,报给器械科或者呈报到院长那里,由院长批准后,小批量采购试用。

2、2常规使用的小设备采购(万元以下的设备),由科室做消耗计划,报设备科采购。

2、3大设备的采购(每个医院,对大设备的限定不一样,我们的仪器属于大设备范围。)

基本程序是:

科室主任根据临床诊断治疗和科室经营的需要,对新项目进行论证和制定计划,判断临床价值和经济价值;决定因素是经济价值和临床价值以及科室能否开展这个项目。销售人员必须把相关的内容传导给主任,并帮助主任制定一个合理的方案。如果科主任认为上这个项目可以获得临床和经济价值,并认可你的公司价值观和服务,以及对你个人的信任和认可,就



会按照程序填写申请购买表，递到器械科(特殊情况是递给院长);或者先与院长沟通以后，获得许可才书写申请。

医院根据当年采购计划，按照常规处理;或者根据你的工作力度，进行相应处理。由院长批准或院长会或采购办批准后，交器械科采购。

器械科会根据产品情况选择一家或多家供应商进行多次谈判。如工作做得好，很快就会和院长或医院谈判委员会进行谈判，确定合同细节。

还有一个情况，当医院采用其它途径的资金来购买，会把项目提供给出资金的单位或组织，由他们和供应商谈判。比如政府拨款，外国政府或社会捐赠，企业医院由上级部门拨款，还有许多外国政府贷款。不同的资金来源决定你的成单时间和方式以及回款。

## 二、销售的基本模式：

### 1、框图

### 2、步骤一：主任拜访

2、1首先针对临床科室主任进行拜访。在拜访中可以预先搜集资料拜访;也可以对主任直接拜访，获得第一手资料。

2、2拜访主任将占用我们大部分的工作时间，是个连续的多次拜访。在拜访中要有计划，有针对性的进行，并要控制好节奏。每次拜访回来要做好记录，每次拜访前要根据上一次拜访记录做好本次拜访的计划和准备。

### 2、3第一阶段拜访主任的目的：

1)给他介绍产品、服务、公司和销售员个人；

- 2) 了解医院的相关程序和规则以及主任个人的资料;
- 3) 影响后续工作的因素。

第二阶段拜访主任的目的:

- 1) 提单拜访;
- 2) 具体的细节策划和协商;
- 3) 帮助主任书写购买申请报告;

4) 听取其对后面工作的建议和相关领导的习惯做法。第三阶段拜访;当申请报告递交到院长或器械科以后,主任的第一阶段工作虽然结束,但是不可以大意。这个时候应该确保主任和你是一条战线的,共同抗击竞争者和医院决策层,所以必要的尊重和沟通是经常进行的。如果招标,主任将承担评标中的介绍和决策,因此主任的工作是始终要做下去的。即使合同成交,售后也还要拜访主任,让他成为一个宣传的窗口。科主任是领进门的人,在销售中占30-50%的作用。

### 3、步骤二:院长拜访

3、1院长或者分管院长,对购买医疗器械有最终决策权。因此,主任的报告到院长这里,就需要开始院长的拜访了。其实之前也可以和院长接触一次,事先打个招呼,可以为后面的拜访铺垫。这里有个陷阱,稍不注意就会发生不可挽回的失败。有的医院是有分管院长的,但是分管院长能不能独立决策是我们在拜访院长前必须要从主任那里或设备科那里获得的。如果分管院长管不了而拜访,那么院长有可能因为个人的因素而否决你的项目。如果院长不管而或略了分管院长,你也会失败。在获悉正确的信息后,和院长谈话的角度是从这个项目可以获得多少效益,什么时间可以回收成本,获利多少?这些的内容说完以后,需要探询一些个人需求并给予明

确的可执行方案。院长一般很忙，话要精练，事情要做好。院长在销售中占40-50%的作用，做好这些工作，院长就会指示器械科去和你接触了。

#### 4、步骤三：器械科长拜访

在整个环节中，器械科长的力量显得弱小些。但是器械科长不能成事却可以坏事，甚至100%的坏事或者杀价格或者要服务等刁难。所以这个环节很重要。器械科长首先要审核仪器的资质，所有的文件材料要按《医疗器械监督管理条例》规定的递交。器械科长负责商务谈判，他可能不懂机器，但是懂商务要求服务条款等，销售员完全按照公司统一的服务承诺进行表述，特殊要求由公司领导层决定。器械科长负责谈价格，但是他所谈的又不是最终价格；许多院长会在最后插入价格谈判，需要给院长面子的。销售员一要做好价格梯度的计划，又要表演好，要多做请示状。合同等细节要器械科长去核对落实的。所以需要提前做好科长的工作。装机验收和回款也是由器械科长负责。

在整个拜访过程中，对科长要同样的尊敬，千万不要拿主任或者院长去压科长。科长与院长的关系非同一般，科长那里有院长的信息；科长知道每个单子怎么做成，如果他帮你你就会成功。科长在整个销售中占20%的作用。特殊情况下占50%。

#### 三、销售工作中的宪法：

- 1、销售是你和客户利益的合理分配，争取利益最大化。
- 2、销售过程中始终尊重客户和客户利益
- 3、销售过程需要实事求是
- 4、销售是一个团队协作下的个人负责

5、销售过程中统一表达公司的价值、服务和承诺

6、医疗器械销售是个人为主的长程拜访，需要“慎独”和专注，赢得客户尊重。

7、公司的相关约定。

#### 四、必须具备的技能和素质

1、专业的销售员不一定是最好的，但是最好的销售员一定专业。

2、老老实实做人，踏踏实实做事情。我们所接触的客户除了在产品知识上比我们欠缺，其它方面可能都比我们高。不论主任、院长还是设备科长，他们接触过大量的业务人员，见多识广，小动作容易被发现而失去他们的尊重和信任。我个人意见是返朴归真。

3、坚持和认真，当你的行为表现了你对自己产品的信任和认真，对方也才会认真起来。你自信能给对方带来利益，对方也会受到你的感染。只有坚持才能成功。

4、销售的专业行为：包括礼仪、做事的条理性、说话的严谨和机敏等。

5、希望大家都能把自己的医疗器械市场开展好。