
医疗器械销售总结报告

篇一：医疗器械销售工作总结

篇一：医疗设备销售年终总结

经过一年的努力，并在市场部的和各位经理的大力支持配合下，取得了长足的进步。这里我代表公司安徽区销售向战斗在销售第一线的业务人员、各位经理、各位老总表示衷心的感谢以及最真挚的问候：你们辛苦了！同时也向给予我们销售系统大力支持配合的市场部，财务，前台等表示衷心的感谢。

回顾 20XX年，我们致力于安徽客户关系上挖潜增效，积极创建以效益为中心 vip 客户，期间，我们取得最大的成就就是销售系统从内到外的利益感、责任感增强了。但是，在安徽医改大环境和政策的影响下，没能得到很好的汇报，可以说，过的很艰难这一年。

一、20XX年销售业绩状况

xx dr1 台，xx ct 一台，tt dr 一台。完全没有达到预期，整个 fy 市 vip 客户中大设备基本没发生。市场可谓惨淡至极。

二、一年工作

1、会议接待情况：安徽区共接待客户 7 批；尤其是 2 次全国大型会议，为此克服了很多其他工作接触不到的，难以想象的

困难，在各种压力下，较好的完成了本职工作，为客户关系的发展，思想汇报专题作出了重要铺垫。

2、人事关系问题上，为公司招来 2 批次 8 人，公司最终留下 6 人。虽然暂时没有产出，但是从他们身上，明显看到了十足的进步，尤其是责任心的提升，相信 13 年的时候，他们会用实际行动为公司创造利益证明自己。

三、目前销售工作中存在的主要问题

1、因上半年费用的较差约束性，盲目性比较大，导致给效益及公司的利益带来了负面影响。经过几次 z 总、h 总、会计的提点，我在费用支出上严格要求自己，提高了费用支出的合理性和科学性，经过下半年的运行起到了较好的效果。但是由于我大局观把握整体的水平还不高，费用控制问题还达不到我预想的目的。比如，如何解决因如何把握客户的喜好，针对性选择的性价比最高的礼品，因我每次准备都比较仓促，没能充分去思考，导致很多不必要的浪费。明年，我会好好准备一下，一定要严格把控支出这一块，做到利益最大化！

2、我非常想借机检讨并且引以为例，希望广大新员工们可以通过我的例子，以后不要走弯路，就是在我公司提供的任何书面性文件，必须要严格的审核，尤其是合同上，哪怕是一个字一个字的看，也要确定他的准确性。因为，尤其是数字上，一个小数点的错误。公司会承担巨大的额外费用，一个选配软件的添加，医院没照顾到的人都会和我们斤斤计较，公司也会承担额外的巨大

支出。我总结过，需要认真看是第一步，第二步，不明白的不懂得，第一时间问，第一时间解决，标记，决不能将错误带出公司。

我分析造成这种情况的原因有以下几条：

a、大环境的影响，安徽医改，范文写作明文规定禁止采购任何大型医疗设备。没办法控制，导致很多订单流产，未能按计划进行。

b、对于 vip 客户，竞争日趋激烈，一批做药企业进入；由于其常年和医院的合作关系，经营成本低，相对而言，在汇报和效果是高的，这对我公司销售水平较高的影响是不容忽视的。c、社会关系不足以吸引客户。大家都很清楚，社会关系强，就有产品强、企业强、无疑能够在竞争过程中占据有利地位。由于社会关系的不足，无疑会增大销售费用，尤其对于飞利浦，东芝这种每一单都像偷鸡摸狗却能牢牢控制住医院的竞争对手。

d、在项目投入上缺乏计划性。我对项目的投入上，缺少前期必要的分析判断以及过程中各个环节的把握，往往进展到项目后期，发觉不少的问题，如不照错误去执行，则前功尽弃，造成这样一种骑虎难下的局面。而有些真正需要投入的项目反而缺乏资金和精力的投入。对于业务费用支出的把握上，我没能做到非常准确，但是至少需要经过较全面的考虑，再作出决定。

三、团队的问题：

1、主管与下属缺乏沟通，公司决策意图难以为广大员工充分理解，员工对公司的困难，办事处的困难估计不足，造成管理错位。

2、对失败项目未做深入总结，一个业务员犯了错误，在另一个业务员身上重复犯错误。体现不出公司的团队作用。

3、对竞争对手的分析不多，局限于个别项目，个别业务员的反映。很少有集体研究对手策略和对手产品的机会。

3、业务员单兵作战。对于一个区域的业务开发过分依赖于一个业务员的能力。也就是说一个业务员的业务水平就是一个区域的市场开发水平。在公司新同事比较多的现状下，形成不了市场开发的强势局面。

4、最全面的学习意识薄弱，未能形成良好的学习气氛，技术水平代表了不了公司的专业和技术水平。

5、业务人员流失，招聘工作困难大，影响了公司的区域和业绩稳定性。

6、对于大项目的操作经验不足，公司整体的资源没有充分发挥出来。

我今天把这些困扰团队和个人销售工作的问题提出来，是不好看。经过了这一年来，我们在经历了切肤之痛后，必须以踏踏实实做事的办法寻求我们未来的发展道路。

四、明年及至今后的计划及组织实施的措施。

明年即 20XX年公司销售业绩指标如下。明年指标 1000 万，明年保底指标 800 万。

指标是提出来了，大家会觉得高，但这是市场形式所迫。市场竞争的惨烈已经把我们逼到这一步，要达到去年前年的利润点，唯有走重点专攻的路子上来，必须充分发挥品牌与销售队伍的优势，以订单总量的提高，市场份额的扩大来维持或提高公司销售系统的利润水平。为此，明年我的的中心任务当是：专攻订单 vip 客户 3~5 家，分销意识和寻找工作必须加强。、过去我们的公司好比一架马车，各种资源好比拉车的马，马车上的重量并不太重，但拉车的马却为眼前的一点点利益，朝各个方向拉。结果车子只能缓缓地朝一个方向走走，又朝一个方向走走，走半天，可没前进多少。今天，我们面临如此激烈的竞争环境，范文 TOP100要做的事无疑是明确马车的方向，将每匹马朝一个方向赶，同时合理的加载加量，让马车轻快地跑起来。磨刀不误砍柴工

通过对 20XX年订单的分析，我们直销占据公司销售额的 90%。这意味着公司特色型还达不到足以吸引每一家顾客的效果，这里我们暂且不去分析，是价位原因呢？质量原因呢？还是销售方式产生的原因？但是至少我们可以看出 ge 品牌效应，以及强大的销售力量、这两者发挥出的作用应是最主要的。如何更有效的发挥销售网络的力量和提高 ge 品牌效应，是我们明年业绩总量更上一个台阶，顺利完成销售计划的关键。规模化销售并不是单方

面的通过简单的人数增加或区域增加达到的，而是通过有机的把握市场、品牌、人员和数量、质量捏合在一起，形成销售强势达到的。

要达到这一效果，首先我们必须解决前面提到的业务员单兵作战的问题。业务员单兵作战，对我们二级市场的开发影响很大。业务员单兵作战就等于组织涣散，其结果是不同能力之间的业务员缺乏配合，不能充分利用各有所长的业务员的能力。不同市场间的业务员缺乏协调配合，精品使市场被人为的分割，难以形成统一的大市场。同时，也极有可能因为利益方面的原因，导致相临市场间的磨擦，当市场一旦被牢牢打上业务员个人印讫时，它的潜力将会以业务员能力为限。单兵作战的另一危害是突出业务员个人作用，淡化业务员群体作用。个人的力量总是有限的，如果我们不能够将业务员组织起来作为一个群体发生作用，那就意味着在业务工作中缺乏爆发力，形成不了销售强势，对我们能否长期占领市场影响很大。所以在明年的市场分解，我们希望是有机的分解，充分考虑到不同市场的互相配合以及业务员之间的互相配合，尤其对于二级市场的开发，市场部和各经理必须起到有效的组织、协调作用，让团队高速有效的运营起来，充分发挥“1+1>2”的作用。

4、需要公司其它方面的支持工作。明年的工作任务是艰巨的，要做的事情非常多，要完成销售计划不是靠抓一个销售系统就能做好的。前面我们讲到以“多匹马往一个方向使劲”的设

想，就是希望公司的最高决策层，决心一下，旗帜往这一插，各个部门、各路兵马不再左顾右盼、瞻前顾后，而是齐心向前，前仆后继，不完成任务决不罢休。要做到这一切凭什么？凭的是我们这支队伍！

篇二：医疗器械销售总结

当我的技术工作做了两年多，刚好有些起色的时候，我开始选择了做业务，我的突然抉择引起以前公司的误解，也引起我的朋友反对，没有几个人能理解我，绝大多数人都会见我就问，我为什么做业务。我只是说原因很多，具体的原因确实有太多，简单几句说不清楚。原因确实很多，但是可以简单说说。有几个原因。第一，想学习。以前在做业务之前，听过很多人说过，做业务是最锻炼人的职业。这句话对我有很强的吸引力，于是我开始去了解这个行业。再后来读了李嘉诚传。里头的李嘉诚的一句话让我震惊不已。他说他当初当推销员推销员的经历是他现在花几亿元也买不到的经历。我不禁为他的这句话对这个职业产生了超乎寻常的兴趣。再到后来看到一些经典的销售小说，比如圈子圈套，输赢，等等，这里边的主人公在如同战场般的商场之中斗智斗勇，操控着全局，让我羡慕不已。我想这才是我自己喜欢做的事情，生活就像下棋，或者像战场，这样才活得有热情。学习的心态就慢慢的形成了。

第二，想体验跟磨练。做了两年多的技术，亏得有广州的熟人支持，一直以来顺风顺水，收入不错，工作也还算轻松，前途明朗。慢慢的就开始变得毫无斗志，没有多少目标，没有多少追

求，每日工作完就会显得茫然。我很害怕这样的生活会让我变得懒惰，变得越来越没有竞争力，我想感受压力，想接受挑战，想不再把大把的时候耗在毫无意义的事情上。于是我选择了对我来说完全陌生的职业来挑战，来斗争。人的意志就像刀刃，过一段时间就要拿出来磨一下，如果长时间不磨，很快刀刃就会生锈，很多事情，很多问题，都无法拿意志的刀来解决了。

第三，女人。很多时候男人也是感情动物，会为女人做一些出格的事情。我的突然变化，还有很大一部分原因跟女人有关。

做了几个月的业务，不敢说做出了不错的成绩，但真的学到了太多其他地方学不到的东西。很多人以为做业务就是吃喝嫖赌，以为就是刷嘴皮子，就是吹牛，就是拉关系，拍马屁。说句老实话，我学习从来没有想过要学这些东西。这些东西只是低级业务员所用的招数，我想学的是本质的东西，精神层面的东西。

胆量。当初找工作的时候有好几个选择，工资高补助高一点的小公司，可以卖b超，可以跟客户周旋，体验操控大业务的感觉，而可能的发展也极大。又还有其他公司。而我却选择了多得，原因有很多，之一是因为在这里需要面对很多客户，需要面对大量的拒绝，这正是锻炼胆量的一个极好的途径。当然听说去做保险更能锻炼你的胆量，把你的脸皮练得比鞋底厚似乎也不是一件难事。几个月之后，我的脸皮慢慢厚了一点，然而天生的面子作怪，现在还是很容易为自己的错误脸红。后来老大给我们上培训课，给我们看亮剑这部片子。他给我们解析亮剑的精神，亮

剑的精神就是李云龙的一句经典的话：当你面对天下第一剑客的时候，你不会因为对方是最厉害的高手而怕得手软，而是同样敢于亮出自己的宝剑，放手一搏。就是算输了，也是输在了天下第一剑的手下，没什么好丢脸的。这才是亮剑的精神。用一句话来形容就是“狭路相逢勇者胜”。胆量是亮剑这部片子里一而再，再而三提到的东西，没有胆量，再聪明的人也将一事无成，有勇有谋才能成大事。

胆量的另一个解析就是放得开。我刚开始到公司的时候，在一次公司聚餐时，让老大送我一句话提点我。他就说我放不开。我做了一段时间业务后回到公司，问同事，说为什么他能做得不错，他觉得我的业务量有限的原因是什么？结果他说他觉得我冲劲不够。没有一股什么都不怕的闯劲。他说如果说错了话，没跟好，业务丢了就丢了，反正还有的是机会，何必那

么在意结果，如果太在意结果，那就肯定放不开手脚。我回头想想，这真是一语中的啊。为什么我以前总是会没法去和建立了一定关系的客户再保持联系？主要原因就是我总是放不开手脚。本打算跟踪一下客户说的那笔业务的，结果担心老是跟踪给客户印象不好，好像我就冲着他的那笔生意去，他会反感我。所以就一拖再拖，等再次打电话时，早已经丢了单。这种事情经历了好多次啊。本打算多拜访几次那个客户的，结果跑了一两次就觉得再过去客户会不会觉得烦，反感，也没多少理由就这么老过去打扰，岂不是很不对？结果又丢失了和客户保持关系的机会。

会不会客户觉得我太不看重他？总之总是会担心太多，其实真正的做法就是一样，不需要考虑太多，不需要害怕失去客户。而且客户的容忍能力其实是很大的，除非你碰到的真是很难对付的客户，一般的客户都比较尊重我们，都会通情达理，而不会因为我的小错误而否定太多。坚持。马云说过，今天很难熬，明天更难熬，但是后天早上就好了，很多人都死在了明天晚上。连许三多都能成为军队里优秀的士兵，有谁是成不了才的？一切贵在坚持。我见过好多执着的人。我听过的最执着的例子是一个男的为了找一份衣服店里的推销员的工作跑遍了珠三角几百家商店。他不会说广东话，没有哪个商店要他。但是他坚持要找到，于是他跑了那么多家。坚持是与困难对应的。没有阻力就没有坚持，没有问题就没有坚持。当遇到阻力遇到问题的时候坚持了，那就对了。当我的信心一次次遭到严重的考验的时候，我坚持了，所以我的信心也就没有被击垮，我可以再次积极地面对自己面临的困难。有一个客户，我第一次过去的时候，他们整个设备科好像正在开会，我过去的时候一下子打断了他们的会议。于是我自己很慌，丢下名片资料就赶紧走了。本想这个医院的机会不大了，然而后来过了一段时间，我又过去，刚好碰到一个科主任挺好，他跟我聊了很久，然后又留了个负责人电话给我，说要搭车到医院的办公楼去找她。结果到第三次再过去的时候，我又找到那个科主任，他告诉我那个负责人刚好从办公楼过来。我便跟负责人聊

弃了，我就没有机会得到询价的机会了。然而询价后由于价格问题并没有合作成功。后来我再电话联系了好几次才有了业务机会。当我做了两个业务的时候，我碰到了自己的信心危机，碰到了其他生活问题，碰到了自己的整体方向对错的问题。我开始有些走入恶性循环，拜访客户没那么积极，见到客户也没有那么热情，做事情也没那么认真，效果也越来越差。结果我努力的坚持，就像在登山的时候遇到了风雪，我并没有就此下山，而是放慢自己的脚步，冷静思考，或者就地扎营，用自己的韧性来克服困难。于是我才有了后面的好几次机会，我才再一次收拾行装，跑到以前比较有信心的区域，面对那些熟悉的客户。我第一次跑清远一些客户的时候，他们都只是对我们公司有一点了解，毫无多少购买欲望，看到我也只是仅限于客气，说了两句话就会说到逐客令。但是当我第二次，第三次到了医院的时候，其实和这些科长们已经有些熟络了。他们都已经对我有了一些基本的印象。尽管我个人的说服力和沟通能力并不够强，没法让他们第一二次就和公司合作，但是我发现当我慢慢的渗透的时候，机会还是很大的。

沟通。以前在一个小小的公司里，几个人，整天的沟通就是没事话家常，或者吹吹水，讲两句笑话。这不叫沟通，顶多叫谈话。而沟通是有目的的谈话，能达到自己想要的效果的谈话。这个是需要相当的智慧和说话能力的。在这个公司里，我需要面

同来解决。坦诚的说，由于自己老在外面工作，少和公司内部沟通，锻炼到的沟通能力很有限。但是已经深切的体会到了沟通的重要性。其实做业务的本质也就是和人沟通的过程，让客户了解你的产品，了解你公司和个人，然后接受产品，并购买产品。这需要很强的沟**才能让客户产生购买的冲动。以前打电话问公司的老业务员，问他们怎么做业务，跑到设备科或者科室做什么？他们说就是过去聊聊天啊？是啊，就是聊聊而已，这也正是我对业务感兴趣的原因之一。只是聊聊天，说说话，动动嘴巴，他们就可以得到很高的收入，得到很多东西。这不是一个很奇妙的职业吗？记得公司提出新的

财务制度的时候，老大说让我们两个同事讲解我们公司的新制度。第一个同事讲了半个小时，老大问我们听明白没，我们说没明白。第二个同事说了十分钟，老大问我们，我们说一知半解。老大说了五分钟，我们全明白了。这就是表达力，沟通的一个主要能力。

我和公司有过几次沟通，我发现其实只要你乐于像公司提出自己的意见，很多时候公司是愿意接受的。一次是我说提前接触市场。进公司两个月为轮岗培训期，待了一个月的时候，我已经感觉自己不知道自己在做什么了，不知道该学什么，不知道什么东西对我有用，出去拜访客户的时候到底需要什么知识。于是我像公司提出要提前跑市场，公司并不阻拦，很赞同我的做法。再

提成收入的一半以下，而且业务量不做到几万一个月是根本拿不到提成的。我发现这种方式很难，于是向老大提出修改，他立马提出减半考核的建议，对新员工的收入保障了很多。没有这次的沟通，我当时就不可能留下来。

目标。有一个经典的故事，富人问穷人，穷人最缺的是什么？结果是穷人不缺钱，而是缺变成富人的野心。所有成功学的第一堂课绝对就是目标。为什么？因为目标是做好任何事情的前提。我们做的事情，小的事情那叫小事，大一点叫大事，再大一点叫任务，再大一点叫项目，最后可以说成事业。只有做成前面小事才能做成后面难的大事。而小事都需要目标，大事更加要不断地设定并且调整目标。我以前从来不觉得每天早上发条短信告诉业务组长我到哪三家医院有什么意义。因为实际上我发信息只花了短短的几分钟的时间，也只是用大脑稍微的想了一下，大概要到哪些医院，就随意发了。感觉跟自己发其他短信没什么两样，还很少字数。但是直到后来我才发现，就这几条短信也有它的神奇的魔力。因为当我后来偷懒只发我到的地点，而不发到哪家医院时，我就会很难完成我的每天三个医院的任务。就是短信上的一点差别，我明显的感觉到我的工作效率会急速的下降。当我写的只是地点时，我会找大量的借口少拜访客户。而我报告了自己

篇三：医疗器械 销售人员 工作职责 20XX最新 工作职责
公司：上海诺诚电气有限公司

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/168100131074006122>