# 医疗设备销售工作总结(热门3篇)

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-01-21

*医疗设备销售工作总结1时光如流水一般，一转眼半年的工作已成过去式，回首过去，看着自己从一个懵懂的大学生转变为一个职场新人，结束了自己的学生时代，进入了职场生涯的初级阶段，心中充满了喜悦与忧患，喜悦的是自己通过了重重考验顺利进入了XX公司，而...*

**医疗设备销售工作总结1**

时光如流水一般，一转眼半年的工作已成过去式，回首过去，看着自己从一个懵懂的大学生转变为一个职场新人，结束了自己的学生时代，进入了职场生涯的初级阶段，心中充满了喜悦与忧患，喜悦的是自己通过了重重考验顺利进入了XX公司，而XXX又给了我一个很好的发展平台。忧患的是自己清楚的认识到职场如战场这个清晰的概念，因为在职场中会有很多深坑，一不小心就会陷进去无法自拔，所以在职场中必须小心翼翼的走好每一步。但是幸运的是我们公司的文化让我摆脱了职场的险恶，让我可以好好修炼自己，提高自己的综合能力。

现在我从以下几个方面来总结这半年工作中的所感所悟。

>一、思想上

完成了自己从大学生到职场人的转变，通过不断学习企业文化让我认识到了用心打造人类健康与我实际工作之间有着密不可分的联系，同时在上半年的工作中是自己的思想境界得到了一定的提升，具体的认识有以下几点。

1，心态决定状态，状态决定成败，刚下市场部的时候，当了解到我们真正的工作的时候，自己在心态这一块很放不开，对工作模式很不理解，这也是导致我单独上点连续三周XX的根本原因，原因在于自己没有认识到我们工作的目的和意义，没有对企业文化有深刻的认识，对工作的基本模式没有领悟透彻所产生的结果，就像我的经理说的，积极的心态决定积极的结果，消极的心态决定消极的结果，在之后的工作中自己慢慢的意识到心态的重要性，才让自己从失败的阴影里面走出来。所以说心态对于我们做销售工作而言是非常重要的一个因素，只有积极的心态我们才不会面对失败而感到沮丧，反而会更加的坚定成功的信念。

2，注重细节，我们都知道细节决定成败，做销售工作同样也是一样，因为随着客户的知识面不断的增长，对一些常见医疗器械的了解，这就不得不让我们在销售过程中要做细致，就拿我自己的一个经历来说，就在我们第二个市场部的最后一XX，我上的是法院，前期工作一直都做的比较好，但是到了订货的时候自己却由于之前没有做好同类产品的分析，价值价格对比，自认为感情比较好，订货应该不成问题，才导致整个法院到后面出现退货的现象，自己之前也没有刻意的去做这方面的工作，其实在当初通过患者的言语就已经暴露出一些产品价格问题，但是自己没有及时的去处理，一个小细节导致整个点的失败，所以做销售工作必须要注重细节。

3，团队的重要性，从下市场到现在，我一直生活在一个充满笑容的团队里，在这个团队里面让我感受到了家的温馨，同时也让我感受到了学习的氛围，当我心态收到影响的时候，我的经理会安慰我，当我身体不舒服的时候，团队成员会关心我。我是团队里的一员，我有责任做好我本职的工作，有责任为了我们这个团队更好的发展贡献出自己的一份力，尤其在工作中，必须要有强烈的团队荣誉感，这也是上半年工作中感受最深的，因为一个团队的业绩需要我们每一个人的业绩的总和，没有了团队，一个人的业绩再好又有什么用，生活会开心吗？所以每一次看到团队业绩低下的时候自己的心情也会会失落，并且也会问自己为什么自己就是没有做好本周的工作，原因在哪里？通过总结原因使自己下次做的更好，生活在团队中，必须要做好“团队之人”。

>二、学习上

公司有一句话，学习力就是生产力，可见公司对学习的重视，团队的进步也离不开学习，在上半年的工作中，通过自己不断的学习医学知识，产品知识，营销知识来提高自己的业务能力，在学习过程中我会把一些好的知识归纳总结，并把它们分类，方便自己以后的复习，因为我们的工作是为了更好的为患者解决医学问题，健康问题，所以不得不对我的医学知识以及产品知识要求更高，为了更好的学习自己也会在平时的时间看医学医学视频来补充自己的医学知识，学习一辈子的事，但是学习也要掌握好的方法，不是一贯的死背书，要学会创新，通过自己的学习总结出适合自己的讲解方法，同时在学习中还要注意说的话是否通俗易懂等等，这些都是我在以后的工作中需要加强的部分，我只有不断的学习才能更好更快的提升自己。

>三、工作上

做一个有责任感的人，小时候很不理解什么叫责任，知道长大后自己才对责任二字有了深刻的理解，身为公司员工有责任为公司更好更快的发展贡献出自己的一份力，传承公司文化，更好的把用心打造人类健康落实到工作中去，身为团队成员，有责任承担团队的义务，用心做好每一P点，并完成自己的目标，必须要具备较强的团队荣誉感，为了团队发展而努力，身为职场人，有责任对自己的言行，举止负责，不能违背职场规则，不能违背公司制度，并对自己造成的一切后果负责，这就是我在上八年的工作中感受到的，不要为任何失败找借口，不要为自己的责任找托词，用于承担责任做一个有责任感的职场人。

>四、下半年工作计划

根据自身情况，做好下半年明确的计划是给自己重新定好一个位，重新设定目标XX，既然做了计划就必须要执行到位，不然计划就只是写在纸上毫无意义。

（1），继续加强自己医学知识和产品知识的学习和积累，并做到学以致用。

（2），提高自身自制力和执行力，从小事开始做起，不断的自我反省和总结。

（3），做好本职工作，提高自己的业务技能，做团队的感染者，为团队做出贡献。

（4），提高自身的职业素养和职场认识，锻炼出自己过硬的思想和心态。

（5），全面提高自己发现问题，总结问题，分析问题和解决问题的能力，不断提高自己的综合能力。

（6），完成自己制定的业绩目标，并为之努力奋斗，坚持不懈，真正做到脑袋口袋双丰收。

**医疗设备销售工作总结2**

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。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X光机的小伙子，刚接到一个大型医院价值xx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，如果你销售的产品的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。

精明的大型公司主管们都知道，内部运行秩序的任何变动均有可能引起混乱，新产品或新方法也可能会破坏原有的运行秩序。但如果客户换了一位新领导，这或许将是介入的好机会。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。

**医疗设备销售工作总结3**

20xx年已经过去，迎来了崭新的20xx年，回顾今年，在领导的支持和自己的努力下，本着“巩固优势，稳步发展”的原则，一年来做了以下几点工作：

在这一年，我严格遵守医院和科室的各项工作制度，一切服从院上和科室的安排，积极参加院上和科室举行的集体活动，努力完成院上和科室布置的工作内容。对各科室的器械维修，我基本上做到随叫随到，认真维修，对于不能维修的工作，及时上报科室。在工作中我坚持学习，不断提高自身综合素质水平、工作能力，扩大自己知识面，参加一切可以参加的与工作医学有关的考试，同时也学习电脑知识，并结合着自己的实际工作，认真学习机械电子维修知识，虚心向身边同志请教，通过看、听、想，做不断提高自己的工作能力，努力使自己成为合格的药学和医疗器械维修工作人员。同时利用业余时间学习医学法律法规、规章制度，做一名懂法守法的药学工作人员。

但是在工作中也存在很多不足，主要表现在平时工作懒散，对各科室的维修工作有时出现推脱现象，对一些工作敷衍了事，没有很认真的完成。对院上和科室布置得学习有时不能坚持到底，有半途而废的现象。有时对院上和科室的一些工作制度不能坚持到底，不按程序办事，有个人主义思想的存在。作中的优点，改掉自己工作中的不良现象，紧密团结在院、科两级领导的周围，团结同志，做好自己份内的工作，同时加强政治、业务和工作能力学习，认真完成院上和科室布置的学习内容，使自己工作能力和业务知识面有很好的提高。

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！