# 医疗器械轮岗工作总结(合集42篇)

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2025-03-12

*医疗器械轮岗工作总结1为推进医疗器械科学监管，切实保障公众用械安全，根据你局《关于开展20xx年“医疗器械安全宣传周”活动的通知》要求，于10月19日至10月25日同步举办了20xx年“医疗器械安全宣传周”活动。现将活动开展情况汇报如下：>...*

**医疗器械轮岗工作总结1**

为推进医疗器械科学监管，切实保障公众用械安全，根据你局《关于开展20xx年“医疗器械安全宣传周”活动的通知》要求，于10月19日至10月25日同步举办了20xx年“医疗器械安全宣传周”活动。现将活动开展情况汇报如下：

>一、高度重视、精心组织

按照市局统一部署，及时召开会议，对活动进行具体安排，明确了总体要求、重点内容、宣传形式、实施步骤、时间安排、具体分工，做到了组织落实、任务落实、措施落实，为活动的开展奠定了坚实的基础。

>二、内容丰富、成效明显

（一）举办了医疗机构医疗器械使用法规专题培训

举办了医疗机构医疗器械使用法规专题培训讲座，监管人员、辖区医疗机构分管院长和器械管理负责人共200余人参加了培训。会议逐条解读了《医疗器械监督管理条例》《医疗器械使用质量监督管理办法》等法规，并就医疗机构医疗器械使用提出了具体工作要求，增强了医疗机构主体责任意识和法治意识，达到了提升医疗机构医疗器械使用水平的预期目的。

（二）开展医疗器械安全知识系列科普宣传

一是在“市场监管”微信公众号开辟“医疗器械安全宣传周”专栏，向公众宣传普及安全用械常识。二是开展了“安全用械”宣传活动、“安全用械知识大讲堂”等形式多样的科普活动，“零距离”为社会公众提供安全用械科普知识，普及科学、合理、规范用械常识，营造安全用械、珍爱健康的`良好氛围。宣传周期间，共举办安全用械知识讲座2期、发放安全用械科普资料1000余份，接受群众咨询100余人次，受到了市民一致好评。

（三）举办“安全用械进基层”活动

结合扶贫走访，向村民讲解假劣医疗器械辨别方法、安全用械知识，提高了群众科学认识医疗器械的素养，营造全社会关注医疗器械安全的良好氛围。

>三、下步工作打算

今后，将把向公众普及安全用械知识，提高公众科学用械意识作为一项经常性常抓不懈，确保人民群众用械安全。

**医疗器械轮岗工作总结2**

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xx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xx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xx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：xx区共接待客户7批；尤其是2次全国性大型会议，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，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xx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，xx医改，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xx，xx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.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，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xx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xx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，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。

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！

**医疗器械轮岗工作总结3**

>一、展会前期准备

为了能够顺利参加本次展会，公司全体员工都全力投入，分工合作：

1、销售人员深入的了解和熟悉产品知识，对产品性能、结构和参数都牢记于心。

2、接待人员统一服装和装扮，以良好的精神面貌面对每一位客户，树立了公司的精神风貌。

3、展会宣传资料、展品以及办公用品的准备

4、展台的搭建更是通过各个公司的方案对比，最终选择性价比高的公司为我们进行展台的搭建。

>二、展会分析

本公司展位位于耗材馆最中心位置，不管是规模还是展位设计风格都应该是工具馆名列前茅的，虽然根基不如做了10几年工具的几个知名品牌，但是我相信经过公司所有人的努力，这些都不是问题。

>三、现场观众分析

参观的人分为几类人：

参展商

其他行业的人员

医院参展人员

经销商

而对于我们来说要准确判断客户属于哪类，这就需要具备一种特殊的观察能力。对于来参观的每一位客人，我们都及时的\'把客户资料做好备份，有名片的交换名片，没有名片的也做了登记，以便今后能够方便公司的业务联系。

展会效果

(1)崭露头角，提高了企业知名度

(2)推动销售，促进业务增长

(3)树立企业员工信心

总体来说，本次展会经过全体员工的努力还是比较顺利的，并且对公司的品牌也进行了很好的推广，本人更是在展会上学到了以前没学到的知识，并且对玻璃行业有了一个更新的认识，而且更是体会到：一个公司想要健康有序的运营下去是需要全体员工的一致努力、互帮互助的。

本人在以后的工作当中，将进一步提升自身的专业知识以及销售谈判能力，与同事保持良好的关系，与公司共同成长，见证中国式BOHLE的崛起!

关于展会后的计划安排，具体安排行程将与20xx年工作计划一致，对于出差方面将根据具体客户情况进行相应调整。这里就不做赘述。

**医疗器械轮岗工作总结4**

时光如天上流星一闪即过，我希望自己能抓住这一短暂的一刹那。不知不觉中已来\_医药公司一年了，回顾这段时间的工作，我作如下总结。

一、观念的转变

观念可以说是一种较为固定性的东西，一个人要改变自己原有的观念，必须要经过长时间的思想斗争。虽然销售是大同小义的事。但是，不同的产品面对的适应人群不一样，消费群体也不同。不同的公司销售模式也有差别。必须由原来的被动工作转变为现在的主动开发客户等很多观念。

二、落实岗位职责

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：

千方百计完成区域销售任务;

2、努力完成销售管理办法中的各项要求;

3、负责严格执行产品的各项手续;

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导;

5、严格遵守公司的各项规章制度;

6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感;

7、完成领导交办的其它工作。岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，首先自己能从产品知识入手，在了解产品知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

三、明确任务目标，力求保质保量按时完成

工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面在营销的模式上要积极思考并补充完善。

四、目前市场分析

\_\_只有一个客户在\_作。\_月份拿三件货;\_月份拿三件货。硫普罗宁注射液在\_明也只、\_地区虽然经济落后。但是市场潜力巨大，从整体上来看\_市场较\_市场相比开发的较好。\_市场：头孢克肟咀嚼片有一个客户在\_作，就\_月份拿了二件货。\_市场：头孢克肟咀嚼片\_有三个客户在\_，硫普罗宁注射液分别在\_地区都有客户\_作。其中，\_康心全年销量累积达到\_件，其它地区的销量也并不理想。从以上的销售数据来看，\_基本上属于空白市场。头孢克肟咀嚼片在\_也基本是空白。硫普罗宁占据\_市场份额也不到三份之一。从两地的经济上、市场规范情况来看，\_比\_要有优势。从产品结构来看，头孢克肟咀嚼片走终端。(就两地的经状况而言在同类产品中属于高价位的产品)硫普罗宁注射液，盐酸倍他洛尔滴眼液只能做临床。(临床品种进医院都需中标，前期开发时间较长)。面临的局势也相当严峻的。

五、xx年区域工作设想

1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，做好客户关系。

2、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。(建议：一切与外界联系的方式都能使用;如\_)

3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

六、今年对自己有以下要求

1、每周要增加\_个以上的新客户，还要有\_到\_个潜在客户。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

**医疗器械轮岗工作总结5**

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，也引起我的朋友的反对，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\_，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。等很长时间没过去的时候

又会觉得这么长时间了都没过去看客户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。

信心。信心实在是太重要的东西。不管做任何事情，不管面对任何困难，信心永远是第一位的。金融危机的时候，\*\*\*说过一句经典的话：信心比黄金重要。我在公司面临过几次的信心低谷。一次是公司把提成制度改了的时候。那个时候，公司的提成制度用了一个非常漂亮的理由合理的把我们的提成减掉了一半以上。对初级的业务员的损失更大。我的信心一下跌到了谷底。本来公司的薪酬制度就已经被其他朋友非议，我一直坚持这个制度的优秀，而到了这个时候，我实在找不出任何理由为公司辩护。第二次是大单丢失的时候。我接到一笔大单，跟客户说得很好，客户已经在服务单上签了字，说好立刻就定配件了。结果到了周末，客户连续来了几个电话，告诉我先不要定配件。离得到越近的时候，当你失去时会越觉得无法接受。当初一个简单的电话把我看到的希望全部断掉，我的信心又一次受到打击。第三次则是感情问题。然而结果是我没有被击垮，我很感谢面对的几次变故，对我信心的考验，我都坚持过来，我还是保持着良好的信心。信心这个东西，单单有是没有用的，关键是要经得起考验。还有借用一句话，钱不是万能的，没有钱是万万不能的。套到信心上面就是，信心并不能解决所有问题，但是没有信心是不可能解决问题的。

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，然后还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。我便跟负责人聊了，立刻就有了一次询价。试想，这个过程中，只要有一次我放弃了，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，我需要面对很多的人，我有很多东西都是一窍不通，有很多事情都需要协同来解决。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。再有就是新的薪酬制度。新的制度里我们新员工的提成收入是旧的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去。

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

**医疗器械轮岗工作总结6**

来到市场部工作已有半年了。在这半年的的时间中，公司领导、部门领导、公司同事给予了我很大的支持和帮助，使我很快了解并熟悉了自己负责的业务，同时也体会到了市场部人员作为公司核心部门工作的艰辛和坚定。这段时间以来，在领导和同事们的帮助和指导下，通过自身的努力，各方面取得了一定的进步，现将我的工作情况作如下简要汇报。

>一、销售业绩状况

在实习期以及实习期结束的这段时间里，在销售任务上没有给公司创造任何价值，没有完成市场部规定的每月销售任务。

>二、工作成绩状况

1、在产品认识上

通过这段时间，一切从零开始，熟悉适应了公司环境，熟悉了解了xxx产品的用途、型号、材质、特点等，以及产品在目前市场中的基本情况。xxx目前在医院里没有普及使用，客户和医院对xxx产品的了解知之甚少，由于产品原材料等因素导致产品价格高，但是由于其产品有特点和优势，客户和医院对xxx产品都比较感兴趣，对此类新产品、优质产品未来的合作充满期盼；

2、在客户开发上

通过这段时间，每天通过网络寻找客户信息，网上、电话拜访客户，加强与客户交流合作，做好每日客户拜访记录情况，客户资源有了很大的积累，并有部分客户正在开发医院中，为下一步客户成交奠定了基础。如海南xxx科技、潍坊xx医疗器械等公司目前都在医院开发过程中；

3、在医疗耗材招标上

通过这段时间，关注全国省市、医院医疗耗材招标，参与协助医疗耗材投标工作，寻找有合作意向的经销商参与投标工作，为产品中标后操作医院做准备。如20xx年xx市耗材招标，xxx和xxx产品已中标，xx市xxx器械和xxx医疗器械选为公司配送商，并同时操作医院。20xx年xx肿瘤医院耗材招标正在进行中，xxx和xxx已授权xxxx商贸参与投标，对方公司经理对产品比较满意，托人找肿瘤医院院长介绍公司产品，业务已带彩页和样品去医院走临床。20xx年xx市耗材招标正在进行中，已有公司对投标产品感兴趣，愿意帮忙递交标书，年前完成产品报价等相关事情；

>三、销售工作中存在的主要问题

经过这段时间的努力，在销售工作中也发现了自身很多存在的问题。

1、对产品的熟悉程度还不够

在客户开发过程中，发现自身对公司产品的熟悉程度还不够，如产品的供货价、进医院建议价、产品详细使用方法等。尤其是对同类产品在市场中的情况以及与自己本公司产品在价格、质量等方面上的区别了解的还不够；

2、与客户沟通技巧不够成熟

在客户开发过程中，发现自身在与客户沟通技巧方面需要加强，经过部门领导的指点和帮助，这方面也有了明显的改进和提高；

>四、明年以及今后的计划

1、努力完成每月销售任务

通过之前积累的客户资源以及以后不断开发的新客户，加强客户拜访

沟通，充分利用好每天宝贵的工作时间，不断开发新客户及时回访老客户，签订合同，完成每月销售任务；

2、提高业务能力

通过平时与客户的沟通交流，发现问题解决问题，不断提高与客户的沟通技巧，提升自身的业务能力；

3、熟悉产品、熟悉市场

在平时的工作中，通过自身学习以及通过向客户介绍产品，不断熟悉产品、熟悉市场，了解产品医保报销、医院操作流程等情况，随时能解决客户提出的任何问题；

4、开发产品中标市场

目前xxx和xxx产品已在铁岭中标，对目前有意向的客户及时跟进沟通，并不断开发新的有意向客户开发当地医院。对xx肿瘤医院和xx市耗材投标进展及时跟进，并时刻关注各地区、各省市耗材招标活动；

5、完成公司领导交办的其他工作

服从公司领导安排，协助完成公司其它部门工作，加强公司部门之前的沟通。

以上是我个人任职市场部工作以来的小结，也是我个人20xx年的销售工作总结，不足之处，请领导指正。

销售部：xxx

20xx年12月29日

**医疗器械轮岗工作总结7**

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。

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。

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”。

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。

在本次的医疗器械销售半年工作总结中，我将市场、产品、客户进行了小小的分析，下半年我们将按步骤有阶段的开展工作，并且进行新市场的拓展，相信下半年将是辉煌的一年。

**医疗器械轮岗工作总结8**

“医疗器械销售是一门语言的艺术，它讲究说学逗唱。”说到这您可能要说这不是说相声吗?其实销售也是这样的，要讲究语言的精准性。下边是一般销售的语言技巧总结。

>1、开场白：

你的自我介绍必须注明以下几点：

你是谁?

你是代表哪家公司?

你的来意?

为什么他们要花时间听你谈话?

>2、寒喧

你们的寒喧应该友好而简短，你的形象和微笑应该有利于创造一种友好的气氛。密切注意观察你未来的客户。买与不买的感觉通常是很明显的。它告诉你，你应进入医疗器械销售模式中的哪一步了。你或许已做成了一笔销售业务。但另一方面，客户可能对此根本不感兴趣。他/她或许要么是持非常消级的态度，要么是根本不听你在说些什么。

我们每一次拜访新老客户的时候，我们都会发现自己正面临着以下三种可能出现的购买氛围中的一种，积极的购买氛围：客户积极地倾向于购买。不必要作任何促销游说，可以直接成交。

中性的购买氛围：客户既不积极地倾向于也不消极地对待购买.你就必须开始去发现他的需求。如果你销售技巧运用得当，又有着足够的产品知识，那么客户就极有可能会购买。

消极的购买氛围：客户采取封闭的心态，他根本就不感兴趣，有时还可能说出极其消极的话.在这种情况下，他们不可能作出任何购买的决定.那么我们需极短的时间内把客户至少引领到中性区域，否则你就根本没有机会做成生意。

在首次拜访新客户时，可能出现的主要挑战是怎样把客户从消极的区域引领到中性区域，以使他们从心理和感情上作好接受新内容的准备。许多知识丰富的专业医疗器械销售人员认为包括寒喧在内你一般只有25秒钟不到的时间去羸得客户的兴趣。同时，越来越多的销售人员坚持认为对于消极和冷漠的购买态度加紧催逼是无济于事的。

>3、着力宣传，诱发兴趣

赢得客户的兴趣是我们在进行销售时首先碰到的挑战。如果我们同意加紧催逼无济于事这种观点的话，那么我们就只有一种选择了：我们必须设法减少客户的抵触因素。为引起客户的兴趣，许多成功的医疗器械销售人员都使用了一种类似于报纸为吸引读者阅读而采用标题的技巧，使你去买他的报纸或阅读那篇文章。这一同样的技巧在销售中已被证明是极其有效的。

对于医疗器械销售来说，这标题就是问一个概括性的问题或是一句说明，其唯一的目的就是激发起客户的兴趣。让客户跟着你走，达到最大的销售宣传效果。

**医疗器械轮岗工作总结9**

为认真贯彻落实省整顿和规范药品市场秩序会议精神以及省整顿和规范药品市场秩序专项行动方案，根据省整顿和规范医疗器械市场秩序专项行动实施意见的要求，我局及时召开辖区内医疗器械生产企业会议，结合我市医疗器械生产情况布置整顿和规范医疗器械市场秩序专项行动实施计划并提出要求。市各医疗器械生产企业按照部署按时进行了自查自纠，我局对部分企业进行了重点核查，对企业存在地问题提出了整改意见。具体做法是：

>一、 基本情况

根据省整顿和规范医疗器械市场秩序专项行动实施意见的要求，我局于20xx年xx月xx日召开了辖区内医疗器械生产企业会议，布置整顿和规范医疗器械市场秩序专项行动实施计划。提出工作目标是：

(一)通过对医疗器械注册环节的专项治理，要使医疗器械注册申报秩序进一步规范，注册申报质量进一步提高，弄虚作假违规申报行为受到严厉惩处。

(二)通过对医疗器械生产环节的专项治理，要使医疗器械生产行为进一步规范，生产质量管理体系得以有效运转，保障医疗器械质量，杜绝不合格医疗器械流入市场。

(三)通过专项治理工作，建立健全上市后医疗器械不良事

件监测体系，及时、有效反馈医疗器械不良事件信息。

按照动实施计划要求，各企业在x月xx前，进行了自查自纠，并写出来书面报告。我局在各企业自查自纠的基础上，对x家企业进行了重点核查，在这次核查中我局对存在问题的x家企业中，家下了责令改正通知书。整个工作在xx月xx日已经完成。

>二、 存在问题

（一）、生产企业规模小，管理不够正规，制度落实不到位。

（二）、部分企业仓库较小，不能做到摆放有序。

（三）、部分企业无生产记录或生产记录不规范。

（四）、个别企业无灭菌记录。

（五）、个别企业的\'医疗器械未经全检出厂。

（六）、个别企业生产地址没有及时变更。

>三、下一步工作

（一）、加强对存在问题企业的监管，限期改正。

（二）、加强日常监管，督促企业制度落实到位。

**医疗器械轮岗工作总结10**

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。

**医疗器械轮岗工作总结11**

为加强XX县无菌和植入类医疗器械经营企业日常监管，继续推进医疗器械专项整治工作，XX县食品药品监督管理局贯彻落实市局文件精神，结合我县实际，在全县开展了为期一个月的无菌和植入类医疗器械监督检查，现将工作总结如下：

>一、高度重视，制定方案

局领导高度重视，制定了《XX县食品药品监督管理局加强无菌和植入类医疗器械监督检查实施方案》，成立了以局长为组长、其他局领导为副组长、各科室执法人员为成员的整治工作领导小组，明确了重点检查范围，重点检查产品和重点检查环节，保证工作有序有效开展。

>二、统筹协调，加强合作。

为克服人员少，车辆少的实际情况，此次专项检查工作与日常监管工作、不良事件监测等医疗器械监管工作有机结合，积极与相关部门通力合作，务求专项整治取得实效。

>三、建立机制，强化监管。

此次工作对全县2家医疗机构和2家经营企业进行了监督检查， 重点检查了心脏起搏器、支架、导管、人工瓣膜、人工耳蜗、人工血管、人工晶体、人工髋关节、人工膝关节、骨板、骨钉等植(介)入类器械;一次性使用无菌医疗器械。经营环节：经营场所和储存设施、条件是否符合要求;产品质量管理制度是否健全，特别是购销记录是否完整、规范，是否满足可追溯要求;质量管理人员是否在职在岗;是否在核定的经营范围和类别之内从事经营活动;企业的`仓库地址是否与审批一致。使用环节：是否建立医疗器械购进验收制度;是否按要求索证索票并留存;储存设施、条件是否符合要求;不良事件监测报告是否符合规定;使用过的一次性无菌医疗器械是否按照规定销毁，并有相关记录。

对检查中发现的不规范行为，及时进行了跟踪检查，督促经营使用单位按要求落实整改措施，并建立健全无菌和植入类医疗器械经营使用单位数据库，对在册企业情况进行再梳理，全面掌握企业动态情况。此次检查共出去执法人员12人次。

**医疗器械轮岗工作总结12**

全区（含大榭开发区）现有医疗器械生产企业11家（含根据国家局要求从药品生产企业划入医疗器械生产企业领域的体外诊断试剂生产企业宁波天润药业有限公司，但因其药品生产许可证、GMP和批准文号都未到到期根据国家局规定未能办理医疗器械产品注册事宜，故未确定其产品分类），其中III类医疗器械生产企业3家，II类医疗器械生产企业5家，I类医疗器械生产企业2家；有产品注册证64个，其中III类产品15个，II类产品46个，I类产品3个；有医疗器械经营企业46家，其中高风险的III类医疗器械经营企业37家（含隐形眼镜及护理液经营企业18家），II类医疗器械经营企业9家。

20xx年，在市局党委的领导下，紧密结合北仑的实际，充分发挥北仑的优势，抓住重点，全面覆盖，协同推进医疗器械和药品监管，取得了显著的成绩，保证了区域百姓的用械安全。

>一、规范审批，严格把好准入关。

受市局委托办理医疗器械生产、经营企业开办、变更等的现场验收，在验收过程中坚持达不到开办验收标准的坚决不放行，关键条件在实际中得不到落实的坚决不放行。20xx年，我局配合省市局进行医疗器械产品注册前体系考核（雪龙眼镜）1家，限期整改后通过考核，产品注册证到期系统检查（甬大纺织）1家，生产许可证到期系统检查（恒达敷料）1家；宁波艾克伦在今年5月获得III类产品人工晶体的产品注册证并正式投产和销售，为对企业的产品质量有一个基本的评价，我局在该公司第一批产品投入市场前及时进行了无菌和热原的抽样检验，结果符合规定；配合市局进行医疗器械生产企业开办验收1家。据统计，全区全年区新增医疗器械生产企业1家，医疗器械经营企业5家；驳回医疗器械经营企业开办验收2家。（一家隐形眼镜店，一家骨科材料经营企业）

>二、加强培训，积极引导企业进行GMP改造。

积极组织本局工作人员和企业相关人员参加国家和省市局药监部门组织的内审员培训。加强与医疗器械生产企业的日常检查与沟通，提高企业质量规范化管理方面的自律意识。宁波亚太生物技术有限公司针对检查发现要求整改的问题，投入大量资金对公司的空调、水系统进行了全面改造，同时对体外诊断试剂车间也进行了重新布局，并按GMP要求对洁净车间进行了改建。

根据药品医疗器械诚信体系建设实施意见，我局在前几年基础上，继续做好监管相对人档案的建立及监管记录等资料的完善工作。

>三、加大力度，切实加强日常监管。

按照年初市局工作会议精神，结合本区实际，制订了医疗器械生产企业日常监督检查计划，有计划、有针对性、有侧重地开展了医疗器械生产、经营企业及医疗机构的日常监督检查。建立企业日常工作联系单制度，随时了解企业生产情况、人员变更情况等。全年共检查检查医疗器械生产企业13家次，其中系统检查6家次，日常检查7家次；检查高风险医疗器械使用单位4家次。

及时调整了药品不良反应和医疗器械不良事件监测中心组成人员，同时对各不良反应监测点（药械生产、经营和使用单位）的监测员进行了重新登记，加强对医疗器械不良事件的监测。今年市局首次量化了医疗器械不良事件的监测报告任务，要求我区域内的开发区中心医院和宗瑞医院各上报5例。接到任务后，我局多次与医院领导、设备科科长进行联系和沟通，截止目前已收到并上报医疗器械不良事件报告3例。

>四、迅速行动，积极组织开展专项整治。

本年度根据国家、省、市局的要求，组织开展了医疗器械产品注册证的核查清理及氧气吸入器的专项检查工作。共计核查医疗器械产品注册证47个，包装说明书47个品种，并将检查中发现的问题（主要是体外诊断试剂说明书与产品注册证或产品标准不完全一致）进行汇总上报。根据省市局要求对一新报的III类产品进行注册核查，结果发现其某原辅材料来源存在疑问，经过厂方确认后将该情况如实进行了上报。开展无证经营医疗器械的检查，发现并查处无证经营医疗器械案2起。

组织开展了区域内隐形眼镜及护理液无证经营行为的专项打击和曝光，立案2起，目前该二起案件已走完行政处罚一般程序的全部手续，因二当事人拒罚，该二起行政处罚案件将移交法院进行强制执行。开展了免费体验类、部分隐形眼镜及护理液经营户和部分植入性医疗器械经营企业的专项检查，出具了检查情况表并提出了对应的整改意见。

开展了无证经营的免费体验类医疗器械的专项摸底与整治。根据群众举报以及平时收到一些广告传单，我局对区域内一些无证的免费体验点进行了摸底暗访。除查实一处体验点确有无证经营的证据被立案查处外，其余几处经多次跟踪调查均因无确凿证据证明其有销售行为而无法终止其免费体验的行为。

>五、纳入农村“两网一规范”，加强使用器械管理。

把医疗机构的医疗器械管理纳入农村“两网一规范”建设内容，以创建省级农村药品“两网一规范”示范区为契机，加强使用医疗器械的监管。一是完善了政府对医疗器械监管工作的领导，健全了医疗器械的监管网络。二是推进农村基层医疗机构医疗器械的配送工程，实现医疗器械采购渠道清晰可控。在充分调研的基础上，确定5家药品质量管理、服务相对较好的药品批发企业和2家街道卫生院为药品主导供应商，每个街道（乡镇）可最多选3家作为本街道（乡镇）的药品医疗器械主导供应商，从源头控制药品质量。三是发挥了农村协管员在医疗器械监管中的作用，制定协管员工作管理制度和考核细则，组织协管员进行农村医疗器械和药品管理检查。查处个体诊所从非法渠道购进医疗器械案1件，保证了老百姓的用械安全。

回顾一年来的工作，虽然我们按要求完成了上级布置的各项指标性的任务，但也存在很大的问题：首先，作为药械科这样一个兼备了药品和医疗器械监管职能的科室而言，我们感觉这二块工作在侧重面上明显不平衡，究其原因除了客观上人手过于紧张之外，在主观上也不能否认有在工作存在救场的现象，疲于应付；二是开办验收标准实用性不强，隐形眼镜经营准入条件过高，无证经营现象较难在短时间内得以遏制；钻法律空子，免费体验、销售医疗器械的行为得不到妥善的处置；三是对医疗器械流通领域的日常监管力度不够。

20xx年，我们将继续以“准入把关更严格、信息渠道更畅通、应急反应更迅速、监督检查更有效、诚信建设更深入”为目标，大力实施放心工程，切实加强日常监管。

>1、积极探索更有效的监管思路与方法，在医疗器械生产企业引入“内部质量管理层级责任制”，强化企业规范化操作的自律意识和能力。

>2、加大监管的深度和力度，加大对违法行为的打击力度，尤其是对重点企业、重点部门和关键环节的监管，要严格执行突击检查制度。开展各类专项整治，在全面检查的基础上，根据市场情况，有重点地开展体外诊断试剂、口腔义齿和免费体验类医疗器械等专项检查。切实转变监管方式、加大执法力度，继续加大对性保健品店、超市、便利店等可能出现无证经营医疗器械场所的检查力度，加大对以“免费使用”为幌子实为无证销售家用医疗器械违法行为的打击力度，开展角膜接触镜市场的专项检查，进一步规范我区药品医疗器械市场秩序。

以植入人体的人工晶体等高风险医疗器械产品及有投诉举报、存在安全隐患的企业为重点，依据医疗器械产品标准和有关规定，对企业开办条件符合性和质量管理体系运行情况进行检查；对医疗器械委托生产情况进行全面调查。

>3、加强对医疗器械经营企业质量保证体系实施情况的检查，检查内容包括：产品的进货渠道、产品证照、库存保养、销售及售后服务等，严厉打击租(借)许可证、注册证的违法行为，坚决纠正医疗器械的进货渠道混乱和购销纪录不完备等违规经营行为。

>4、认真贯彻《浙江省医疗机构药品和医疗器械使用监督管理办法》，加强医疗机构药械质量管理。继续深入开展农村药械“两网一规范”建设，巩固农村“两网一规范”建设成果。开展农村规范药房检查，检查覆盖率150%以上；继续推进农村药械配送工程和主导供应商工作，从源头控制农村药品质量；充分发挥协管员和信息员在农村药械监管中的作用，确保农村药械质量。加大医疗机构药械使用监管力度。有针对性地加大医疗机构药械购进验收、保管养护等与质量密切相关环节的检查，检查覆盖率200%，严厉查处各类违法违规行为。

以进货渠道和质量管理为重点，加强对医疗机构使用医疗器械的监管，一年二次检查高风险医疗器械使用单位，加强对高风险医疗器械等重点品种监管；加强医疗器械不良反应(事件)监测，及时纠正违法医疗器械广告。

>5、加快信息化建设步伐，实施药械网上监管系统，通过一年时间的努力，实现经营企业和乡镇卫生院以上医疗机构和综合门诊部全部与我局联网，实行网上监管，提高监管效率。要推进医疗器械诚信体系建设，建立医疗器械监管的长效机制。引导企业向社会公开诚信承诺，承诺所有原辅料均从合法渠道购进，原辅料检验合格方可投入生产，切实加强医疗器械生产的质量管理，落实质量责任制。

阜阳市开展义齿“回头看”专项检查总结

按照省局《关于开展对定制式义齿生产企业专项检查“回头看”工作的通知》（皖食药监械〔20xx〕163号）的要求，我局高度重视此次“回头看”工作，迅速制定实施方案，明确专项检查指导思想、工作目标、组成人员、检查范围、重点检查事项及要求。现将专项检查情况汇报如下：

>一、总体情况

>1、

>（一）企业建立的生产质量管理体系是否保持有效运行，并形成文件和记录。

>（二）企业所用主要原材料是否具有合法资质，是否从合法的供应方采购，并保存供方的资质证明、采购凭证等。主体材料是否与产品注册申报内容一致。

>（三）检查产品出厂检验报告、原始记录。

>（四）产品合格证明上是否标注有关信息，保证产品的可追溯性。

>（五）检查关键工序操作人员是否经过培训。

>三、检查方式和时间

专项检查“回头看”工作由各市局组织实施，时间自本通知发布之日起至10月31日。省局将对各地工作开展情况进行督查。

>四、检查要求

各市对这次“回头看”工作要高度重视，结合实际，制定切实可行的实施方案，确保此次专项整治达到预期效果。一是重点检查上次检查中存在问题较多的企业及20xx年度被确定为安徽省医疗器械生产企业质量失信、质量警示等级单位的企业；二是重点检查在上次专项检查中存在的问题及落实整改情况。同时将检查中发现的问题做好记录，并经企业确认，落实整改结果，做到每企一档。

（1）严厉打击无证生产加工义齿的行为，从源头打压“义齿黑加工点”的生存空间。

（2）查处未获得《医疗器械注册证》生产义齿的行为。

（3）查处使用未经注册的义齿材料生产加工义齿的行为。

（4）规范义齿加工企业许可管理，杜绝不按照法规要求擅自变更相关许可事项的行为。

（5）规范人员管理，严格对人员资质的审查，督促企业对直接接触义齿的工作人员进行体检，在辖区内从事义齿销售的业务代表进行登记。

（6）规范企业采购、生产过程、出厂检验和产品追溯等控制环节，确保企业质量管理体系得到有效运行。对使用无合格证明的原材料生产加工义齿的行为、不按照质量管理体系组织生产的行为、不按照产品注册标准进行出厂检验、周期检验的行为、说明书、标签和包装标识不符合法规要求的行为以及不向委托加工方提供销售凭证的行为进行严肃处理。

月13日，药监昌平分局召开了定制式义齿生产企业专项检查总结会。辖区内的5家企业的法定代表人和负责人均参加了会议。会上，分局总结并分析了此次义齿生产企业专项突击检查中发现的问题，通报了违法行为。针对“未取得产品注册证生产销售”、“擅自变更生产地址”等问题，分局重点强调：定制式义齿生产企业应取得《医疗器械产品注册证》后方能生产销售，不得擅自变更医疗器械注册地址、生产场所进行生产销售，不得接受无执业资格的医疗机构或个人委托为其加工定制式义齿以及不得使用未经注册的义齿材料加工定制式义齿。同时，对参会人员进行了法规培训，并要求企业要增强自律意识和质量意识，加强自身管理，以确保质量管理体系的有效运行。

为进一步规范口腔义齿生产行为，近日，安庆市食品药品监督管理局组织人员对定制式义齿生产企业开展“回头看”专项检查，检查重点是企业的生产质量管理体系运行情况、主要原材料的资质、产品出厂检验报告以及人员培训等情况。

从检查结果来看，各企业生产质量管理体系运行逐步规范，多数企业的原料购进验收记录、生产检验记录较齐全，企业生产技术人员，质量管理人员在职在岗。但也存在少数企业未严格执行生产操作规程、检验记录不规范等情况，检查人员已进行现场指导并督促整改。

通过开展“回头看”专项检查，安庆市义齿生产企业提高了《医疗器械生产质量管理规范》意识，促进了生产行为的规范，完善了相关软件资料和记录，基本达到了专项检查的效果。

**医疗器械轮岗工作总结13**

医疗设备、器械、卫生材料（以下统称医疗器械）是开展诊疗工作的重要基础，加强对其采购、使用的管理，也是医院管理工作的重要一环。我院在20xx年就制定了《大竹县人民医院医疗器械管理制度》，里面详细规定了医疗器械的申请、计划、采购、验收、保管、发放、使用及后处理的一系列制度。这其中采购环节又是重中之重，它不仅关系到购入产品的质量、价格，还涉及到相关工作人员的廉洁从业问题。为了进一步加强这方面的工作，我院通过不断探索，制定和出台了一系列与之配套的措施，如《大竹县人民医院医疗装备采购管理办法》、《大竹县人民医院新的医用耗材遴选管理办法》、《大竹县人民医院高值医用耗材管理办法》等，以求在制度和做法上进一步完善，进一步规范采购、使用行为。

>一、医疗设备采购管理

1、申请：每年底，各科室根据各自学科发展的需求，提交明年的设备购置申请，申请经设备科分类汇总，分管领导审核后，提交医疗装备管理委员会审议。

2、计划：医疗装备管理委员会审议通过的申请，再提交院长办公会或党政联席会审批，审批通过的申请，最终形成年度购置计划。

3、科室临时急需的设备申请，由设备科直接报院领导审批。

4、公示：设备科根据年度购置计划，按轻重缓急，分期分批实施采购。 正式组织采购前，要将拟采购设备名称、数量、采购方式等内容在我院公告栏上张贴，以增加参与招投标的潜在供应商。

招标结束后，要将招标结果张贴在我院公告栏上，在一周之内，如有证据表明有低于招标价的，在满足招标要求的情况下，按低价采购。

5、采购方式：根据购置计划，凡属纳入政府集中采购目录或达到集中采购限额的品种，需按程序向政府采购中心申报，并由政府采购中心组织政府采购。未列入政府采购目录或未达到集中采购限额的品种，医院组织自主采购。

凡单价在20万元以上的设备，在向政府采购中心申报时，其预算（或最高限价）由我院先行询价决定。

6、招标参数的编制：招标参数由使用科室和相关职能部门共同制定并签名，报分管院长审核，待院领导传阅、审签后再组织招标。

另外我院编制的招标参数，在保证临床使用需求和产品质量的同时，会尽量

降低门槛标准，扩大产品入围范围，增加竞争力度。

7、招标与定标：属政府采购的项目，按程序申报，由政府采购中心组织招投标。

医院自主采购项目，设备科收齐投标文件后，由设备、器械、卫材招标采购工作领导小组组织开标，在满足招标要求的前提下，低价中标。

>二、医用耗材采购与使用管理

1、我院的医用耗材实行招标采购，原则上一年招标一次。

2、从未在我院使用过的新的医用耗材，实行遴选入院制度。通过全院的遴选专家的评审，从制度上保证了急需、有用的材料进入临床使用，把那些疗效不确切，治疗作用不明显的材料拒之门外。

3、遴选评审会一年举行两次，材料申请科室的主任和遴选评审专家实行回避制度，不作为本次遴选评审专家，也不参加本次遴选会议。评审实行无计名投票方式，半数以上（不包含半数）通过。遴选结果应当场公布和公示，无任何异议后，方可进入医院使用。

4、经审批允许入院使用的，凡属纳入四川省卫生厅网上集中采购范围的，按照有关规定上网采购。未纳入四川省卫生厅网上集中采购范围的，可根据具体情况，采用公开招标采购、单一来源采购、竞争性谈判采购、询价采购等方式，确定采购渠道和采购单价。

5、随着医学和科技的不断进步，越来越多新的、先进的医用材料进入临床使用，这些材料大多有显著的临床治疗效果，也比较受患者和医生的青睐，但其价格较一般耗材高出许多，针对这些高值医用耗材，我院专门出台了《大竹县人民医院高值医用耗材管理办法》，以加强对高值医用耗材的采购、使用管理。

《办法》规定：高值医用耗材包括心脏介入材料、外周介入材料、神经介入材料、骨科关节，以及其它单价超过500元的一次性使用医用耗材（如：人工晶体、疝修补材料、超声刀头等）。

《办法》规定：高值医用耗材的采购必须按《大竹县人民医院新的医用耗材遴选入院管理办法》，经遴选专家评审同意的才能够进入医院使用。所有耗材都必须由设备科自招标定点单位统一采购，其它科室不得直接采购和使用。

《办法》规定：高值医用耗材在使用前，应向病人详细讲解，充分保证病人

的知情同意权，并要求病人或家属签字。要严格把关高值医用耗材的使用范围，防止滥用。使用的高值医用耗材单价在1000元（含壹仟元）以上的，应填写使用申请单，科室主任负责审批，设备科根据招标结果，通知相关供货商送货，经设备科按有关规定验收合格后，开具高值医用耗材使用通知单，手术室方可安排相应手术。

>三、体会

1、我院在采购工作管理方面，从粗放到精细，从制度到规范，经历了多年的探索和发展。到现在，拥有了一套比较完善、实用的管理制度与方法，使得我院这方面工作有章可循，有规可遵。

2、从我院的这些制度与措施实施情况来看，我们认为：“招标前后公示”制度、“20万以上院内询价”制度、“新的医用耗材遴选” 制度是控制价格和材料使用方面比较好的办法。

3、呼吁国家相关部门加强对高值医用耗材的定价管理，从源头上着手压缩价格空间，真正让这些耗材用得起、用得好。

**医疗器械轮岗工作总结14**

经过半年的努力，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xx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。

回顾上半年，我们致力于xx客户关系上挖潜增效，主动创建以效益为中心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xx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上半年销售业绩状况

xxDRx台，xxCTx台，ttDRx台。完全没有达到预期，整个xx市VIP客户中大设备基本没发生。市场可谓惨淡至极。

>二、上半年工作

1、会议接待情况：xx区共接待客户x批;尤其是x次全国性大型会议，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，作出了重要铺垫。

2、人事关系问题上，为公司招来x批次x人，公司最终留下x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，相信下半年的时候，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x总、x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，xx医改，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xx，x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。

>四、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、学习认识薄弱，未能形成优良的学习气氛，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。

>五、下半年的计划及组织实施的措施

下半年公司销售业绩指标如下。下半年指标x万，下半年年保底指标x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x家，分销认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，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

通过对上半年订单的分析，我们直销占据公司销售额的x%。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?还是销售方法产生的原因?但是至少我们可以看出xx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xx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。范围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，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。所以在下半年的市场分解，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。

需要公司其它方面的支持工作。下半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!

**医疗器械轮岗工作总结15**

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20\_\_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、20\_\_年销售业绩状况

\_\_ DR1台，\_\_ 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次全国性大型会议，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，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，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、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20\_\_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，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（幼儿教师教育网 ）

通过对20\_\_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，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+12”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!

医疗器械销售工作

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！