



医疗行业成功案例分享 导入-训练-传承，进阶培训体系

行业背景

美国是医疗器械最主要的市场和制造国，约占据全球45%的市场。美国医疗器械行业拥有强大的研发实力，技术水平世界领先。随着全球制造业产能转移以及国内装备制造能力的提升，中国已经成为医疗器械的重要出口国，医疗器械出口规模逐年提升。根据中国海关统计数据，2015年，医疗器械出口额已经达到384.89亿美元，近5年复合增长率达到11.18%。

该公司作为美国老牌医疗器械企业，凭借强大的研发能力，保持产品的领先型，但随着中国对医疗器械的产业支持力度增加，国内品牌日新月异，同时，德国、法国和日本等医疗强国的品牌进入中国市场，对该公司的市场格局形成冲击。

问题与挑战

- 医疗设备销售做的“好”的标准是什么？一次成功的交易吗？如何从产品经营走向客户经营？
- 大客户销售，踩对流程就够了吗？如何做到客户基层沟通到高层影响？
- 销售技巧登峰造极之后的提升空间在哪里？如何做大做深？从开发进院到推广上量？

项目目标

- 知识获取，思维冲击
- 以学代练，技能出现
- 技能固化，绩效改进

解决方案

2016-2017年，SCG为该公司设计“导入-训练-传承”进阶培训体系，基于谋攻方法论定制大设备销售订单策略，并最终在该公司内部得到复制传承。

第一步

通过半天的培训向全体宣贯策略式打单的思路

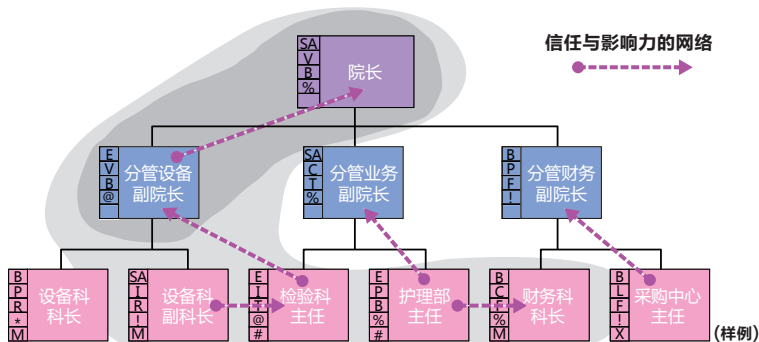
第二步

打造该公司全实量化策略打单训练模式

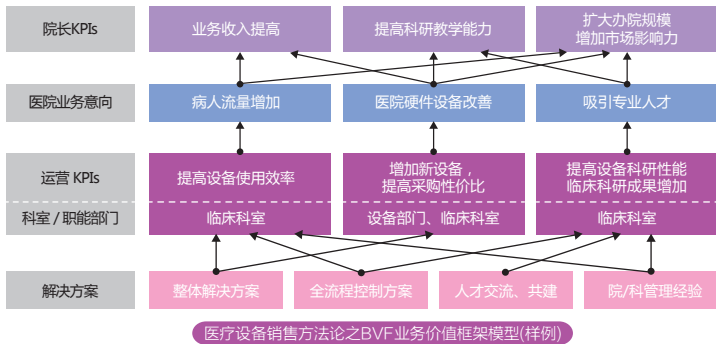
第三步

培训效果在该公司内部复制与传承

第一阶段2016年：“大客户谋攻之道”培训-方法论导入



第二阶段2017年： 定制开发大设备科研/临床的销售流程课程；完成第一期课程开发及TTT培训



第三阶段2017年：谋攻6期案例Review

训后辅导：没有后续的行为指导和review，思想上的冲击很容易消退
销售管理review：面对面实战案例review

- 每次一名案例打单人面对面自主介绍案例，30分钟
- 各区域经理提问指导及给出下一步销售行动建议，15分钟
- 所有经理上交案例阐述评分表
- 主顾问点评，15分钟
- 所有案例review完成后，进行内部小结