

# 医疗产品销售方案策划 产品工作计划 计划(大全6篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

## 医疗产品销售方案策划 产品工作计划篇一

根据龙农〔20xx〕59号文件通知，为加强我市农产品质量安全例行监测，经研究制定市20xx年农产品质量安全例行监测工作计划。

### (一)市农业局内部分工

1. 市农业局监管中心负责牵头组织实施，协调沟通。
2. 市农产品质量安全监管中心负责制定抽检计划、完成食安办下达的任务和蔬菜、水果、茶叶等样品的监测。
3. 市农业执法机构负责对不合格农产品的处理；市农技站、经作站、植保站等对不合格样品生产基地及时开展技术指导和培训。

### (二)各乡镇农产品质量安全监管中心任务

1. 按计划要求做好蔬菜农药残留的快速检测，并将相关检测数据按月汇总后，于每月25日上报市农业局监管中心。
2. 按照属地管理的原则，各乡镇（街道）负责对监测过程中发现的农产品质量安全问题及时上报市农业局监管中心并进行跟踪，及时指导生产，消除安全隐患。

1. 监测时间：每天监测

3. 监测品种：见附件2

各乡镇监管中心所使用的酶试剂、显色剂、底物由农业局统一购买。每检测一个样品补贴1元采样费，经费在任务完成后凭借检测单统一到农业局领取。

## 医疗产品销售方案策划 产品工作计划篇二

1、进一步解放思想，深化改革，加快医院发展的步伐。

认真组织学习、贯彻党的会议精神，与本院的实际情况结合起来，主动寻求、探索医院发展的新的思路、新的途经。深入挖掘潜力，主动创造机遇。要大力弘扬艰苦奋斗、吃苦耐劳的优良传统，树立朴实勤俭办院的思想意识。

2、进一步强化管理、理顺机制，深化医院改革。

我们将继续加强和完善制度的建设，加大人事分配制度改革，进一步完善规章制度，完善激励机制。要建立现代营销理念，不断扩大市场占有率，不断畅通服务流程，搞好医疗服务，最终实现让病人满意这一根本。

3、进一步加强重点专科建设，拓展业务范围，打造特色专科。

医院要生存、要发展，要在竞争日益激烈的医疗市场中立于不败之地，必须不断拓展医疗业务范围。医疗业务范围的拓展，离不开特色专科和重点专科建设。我们下一步的重点项目依然放在专科建设和专科特色建设上面，用特色专科去拓宽市场，用特色专科去服务患者。加大特色专科规模建设，力争使其成为襄樊乃至鄂西北的品牌。

4、进一步加强内涵建设，重视人才培养，提高核心竞争力。

“人是生产力中最有决定意义的力量”。医院通过近几年的引进和培养，已经拥有一批专业人才队伍，但是，面对激烈的市场竞争，人才竞争更为突出。我们的人才队伍还不够强大。未来的时间里，我们将把培养重点从个别学科带头人，转移到优秀中青年骨干；对内增加凝聚力，对外增强吸引力，加大人才培养力度。院内培训班的内容要更加丰富更加具有实践操作性，多方位多途径促进技术人员专业水平的提高。

#### 5、进一步抓好医疗质量，确保医疗安全，完善医疗服务体系。

“医疗质量、医疗安全、医疗服务体系”是任何时候都不可忽视的系统工程。20xx年，我们将把强调“医疗质量”、确保“医疗安全”、完善“服务体系”作为医院头等大事来抓，通过制度建设、人员素质建设等措施，着力抓好此项系统工程，使医院成为襄城区名副其实的“医疗质量高、社会评价好”的“龙头医院”。

#### 6、进一步加强整体队伍建设，全面提高员工综合素质。

医院要发展，队伍是关键。以强化医德提高技能为着力点，医院将继续突出“以人为本”的原则，大力加强整体队伍建设，通过培训、学习、考试、考核，以及激励机制等方法，全面提高员工的综合素质。从细小处下功夫，在细微处见精神，为病人提供全程全方位的优质服务。打造一支精神面貌好、工作能力强、能够适应时代发展的员工队伍。

#### 7、进一步加快信息化建设进程，实现管理科学化、现代化。

采用信息化的方式进行全局管理并使其成为医院重要的基础设施之一，是医院的必然选择。是医院参与竞争和经营管理战略的重要工具和手段。因此，加快信息化建设时不我待。信息化建设要以满足需要为标准，构建医院信息化系统，使之成为管理科学化、现代化管理的一个重要手段，成为患者与社会沟通的交流平台。

我们将以改革创新的认识、求真务实的精神、脚踏实地的作风，为提高医疗质量、推动医院创新发展做出积极的努力！以“更好、更快、更强”的发展为襄樊市的市民提供更优质的服务，为我市医疗卫生事业的发展注入新的活力！

## 一、工作目标

- 1、实现20xx年农牧民参合率达到95%以上；
- 2、加强监督管理，及时将参合人员住院医药费用补偿情况进行公示；
- 3、加强对本乡内的定点医疗机构服务质量和收费情况的监督；

## 二、工作重点

为实现上述目标20xx年，着重抓好以下三方面工作：

### (一)加强管理能力建设，健全合作医疗管理体系

1、开展新型农牧区合作医疗管理能力建设。结合县合管办的要求，认真抓好新型农村合作医疗管理能力建设项目，确保项目任务顺利完成。

一是制定项目实施方案，规划项目实施计划，制定监督和考核办法。

二是组织完成各类培训任务。配合县合管办逐期分类组织各村分管新型农牧区合作医疗干部，合管办工作人员和定点医疗机构人员培训。

2、进一步抓好机构建设，逐步建立健全合作医疗管理体系。案照县人事、编制、财政等部门新型农牧区合作医疗管理体

系，落实各类工作人员。

3、规范乡合管办的运行，在县合管办的指导下，搞好参合农牧民原始资料整理归档，参合人员登记表的核实汇总录入，家庭台帐建立和合作医疗证的发放等工作，健全办事规则，管理制度和各类人员岗位职责。

## (二)加大规范进行监管力度

1、严格执行合作医疗管理的各项规章制度，进一步规范合作医疗工作流程，加强对补助核算、审核、审批、登记、兑付程序的监管力度。切实加强基金财政专户和支出户管理，严格实行基金封闭进行。督促落实基金财务管理制度和会计核算办法，确保基金。

2、进一步健全基金运行检测制度。继续完善基金运行统计情况月报制，详细掌握各乡详细掌握乡村街道月基金的支出情况，参合对象住院人数和总住院费用，次均住院费用，受益面，补偿率等基本情况，及时评估基金运行的效益和安全性。

3、建立对各村的监督和约机制。对各村的合作医疗工作开展经常性监督，了解新型农牧区合作医疗政策的执行情况，规范落实公示和举报制度。

## 医疗产品销售方案策划 产品工作计划篇三

2、我方所提供的医疗器械符合质量标准，全部为合格产品；

3、我方所提供的医疗器械均提供规范的售后服务；

4、我方一旦发现产品质量问题，将及时通知你们并采取相应的召回等处理措施，以确保用户的利益和安全。

5、本质量保证书长期有效。

XXXXXXXXX医用设备有限公司

20xx年xx月xx日

## 医疗产品销售方案策划 产品工作计划篇四

需方：\_\_\_\_\_

一、产品名称、型号、数量及金额：\_\_\_\_\_。

二、交货地点：\_\_\_\_\_。

三、交货时间：\_\_\_\_\_。

四、运输方式及费用负担：供方送货；\_\_\_\_\_,  
供方负担；需方自提。

五、付款条件：安装调试合格后即付全款。

六、验收标准：根据厂家出厂标准。

七、违约责任：双方协商。

八、包装标准：厂家出厂标准。

九、售后服务：调试安装合格日起，保修一年。一年后为有偿服务。

十、其他条款：\_\_\_\_\_。

供方(盖章)：\_\_\_\_\_需方(盖章)：\_\_\_\_\_

代表(签字)：\_\_\_\_\_代表(签字)：\_\_\_\_\_

# 医疗产品销售方案策划 产品工作计划篇五

## 一、医疗器械的行业特点和市场现状分析

站在年终岁末的关口，回首这一年，盘点2015年医疗器械行业，受惠新医改，国内扩展低端市场；药监等部门出台器械广告标准，规范市场发展；受全球金融危机的影响，医疗器械进出口市场发展放缓。

新医改方案显示，城镇居民医保和新农合的补助标准将提高至每人每年120元。仅补助标准提高这项内容就将带来高达1000亿元的医疗费用增量，加上8500亿元的投入计划，将使得医疗器械、普药及医药商业显著受惠。

新医改明确指出，国家将逐年加大公共卫生体系和城市社区、农村基层医疗卫生建设，可以预见，我国医疗器械市场将迎来一个快速发展的时期；将催生国内医疗器械低端市场变革，按照拉动内需、促进经济增长的有关原则和深化医药卫生体制改革、健全医疗卫生服务体系的要求，卫生系统建设的重点领域之一将是基本医疗设备装备。

据统计，国家三甲以上的医院是563家，二甲县级以上5000家，“十一五”规划的医疗服务机构（包括社区医院）总共是31万家。其中80%以上是个体诊所和县以下基层医疗机构。在这些医疗机构拥有的医疗仪器和设备中，有15%左右是20世纪70年代前后的产品，有60%是上世纪80年代中期以前的产品。可以预计，随着国民经济的不断发展，医疗机构将不断淘汰老旧残次医疗器械，从而推动医疗器械行业的快速发展。

我国医疗器械工业总产值自20世纪90年代以来一直保持快速增长，平均增幅一直保持在12%-15%的水平。根据医疗器械行业“十一五”规划的预计，2015年我国医疗器械行业总产值将达到1000亿元。

2015年，全球金融危机蔓延，在国际需求减少、贸易保护主义趋向增强等多种不利因素的综合作用下，我国外贸环境面临多重挑战。虽为刚性需求产品，医疗器械仍不可避免受到波及。据海关统计，2015年1~9月，医疗器械类产品进出口总额达128.53亿美元，同比增长9.1%，增幅与去年同期

(35.36%)相比下滑了26.26%。医疗器械进出口占医药保健品类产品同期进出口总额的33.66%，其中进口金额为43.82亿美元，同比增长16.35%；出口金额为84.71亿美元，同比增长5.69%。贸易顺差40.9亿美元，与去年同期(42.49亿美元)相比，下降了3.74%。

进口金额居前五名的产品分别为“其他医疗、外科或兽医用x射线应用设备”、“彩色超声波诊断仪”、“其他医疗、外科或兽医用仪器及器具”、“其他弥补生理缺陷残疾穿戴或植入人体的器具”、“其他针、导管、插管及类似品”。按价格比较，核磁共振成像装置、病员监护仪、内窥镜和肾脏透析设备等部分产品的进口价格同比均有不同程度的下降。

预计今后我国医疗器械进出口形势将有所好转。一是国际经济形势缓慢回暖，大宗商品价格重拾升势；二是医疗器械属刚性需求产品、我国产品的质价比优势相对突出以及三季度通常为出口的高峰期几方面有利因素将促进出口保持增势；三是未来3年，我国政府8500亿元人民币卫生投入预算将吸引更多国外企业进入，为我国医疗器械进口市场注入更大的活力。我国医疗器械工业总产值自20世纪90年代以来一直保持快速增长，平均增幅一直保持在12%-15%的水平。根据医疗器械行业“十一五”规划的预计，2015年我国医疗器械行业总产值将达到1000亿元。

不但连续多年产值保持两位数增长，而且产品出口的数量和科技含量也不断提升。专家指出，今后的十至十五年，我国医疗器械产业将进入高速发展阶段。建国几十年来形成的发展基础，人民群众保健康复对医疗器械的刚性需求，医疗器械相关学科技术人才的长期储备，国家对医疗器械技术创新



的大力扶持，都是促进医疗器械产业高速发展的保障和动力。

在新医改和国家政策扶持的双重影响下，未来我国医疗器械行业将迎来一次较大幅度的发展，预计未来我国医疗器械产品出口额将维持在20%左右的增长幅度。前景一片看好。

## 二、stp战略分析

“十二五”期间，我国医疗器械产业发展的重点将锁定技术研究、产品研发、平台搭建、基地建设等四大方面，其中，产品研发的重点包括农村社区基层医疗机构普及型医疗器械、大中型医院中高端医疗器械、家庭及体检康复类器械、公共卫生和应急救援装备等。

从9月14日召开的中国医疗器械产业技术创新战略联盟第一次联盟成员全体会议上获悉，“十二五”期间，我国医疗器械产业发展的重点将锁定技术研究、产品研发、平台搭建、基地建设等四大方面，其中，产品研发的重点包括农村社区基层医疗机构普及型医疗器械、大中型医院中高端医疗器械、家庭及体检康复类器械、公共卫生和应急救援装备等。

出席此次会议的科技部社会发展司相关负责人表示，科技部正围绕《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2015~2020年）》，积极开展国家“十二五”科技规划研究制定工作。其中，医疗器械产业“十二五”规划的制定将主要依靠中国医疗器械产业技术创新战略联盟来进行。希望战略联盟加强优势创新资源的聚集，为“十二五”医疗器械产业发展搭建良好平台，推动医疗器械技术创新，最终实现医疗器械产业的科学发展、集成发展、系统发展、合力发展。

据介绍，医疗器械产业“十二五”科技发展思路是：以提高企业技术研发能力为核心，调整产业发展方向和产品结构，扶持和发展民族医疗器械产业；以医疗卫生体制改革为契机，以满足临床需求为导向，发展适合中国国情的医疗器械产品；

以大中型医疗器械产品和适宜产品的综合开发为重点，带动相关学科整合与技术集成；以重大产品为目标，通过关键部件和核心技术的突破，实现医疗设备整机和系统的全面升级。

近年来，随着社会老龄人口的逐年增多和群众保健养生意识的日益增强，市场上出现的温热理疗床、低频健康理疗仪、远红外磁贴、远红外磁疗床等保健、康复性医疗器械，越来越受到中老年人群的青睐。但监管检查发现，这类产品越来越多地出现在流动场所，无注册证或者仅有部分零部件注册的现象越来越严重；而且大多经营者经营行为不规范，不择手段误导坑害消费者，更有甚者假借生产厂家的委托，无证违法经营。这些行为严重扰乱了药械市场秩序，损害了消费者的权益，对消费者健康安全构成了威胁。

近几年，随着温热型医疗器械在医药保健市场的异军突起，医疗器械又成了众多资本关注的‘焦点。于是乎，“你做器械了吗？”成了圈内常见的问候语。

目前，市场上畅销的器械类别大致可分为三类：一零售价500元左右的健康电器或一类器械，二零售价1000元-5000元之间的水机（不是器械）或其他，三为零售价5000元以上的健康电器或健康寝具或二类器械。

主要是“社区店+会议营销”模式，因为增加了前期筛选的过程，会议营销投入产出比有提高，但弱点也同样明显一营销成本高；第三种就是“体验中心”模式，相比较会议营销而言，特点是购买周期拉长，顾客满意度较高，注重营销细节。价格与模式是关联的，低价配合“跑腿式”，中端契合“会议营销”型，高端就是“体验中心”了，当然也有例外。

前段时间，业界的几个老友在聊天的时候，给了我道选择题，“你认为什么价格区间的医疗器械将是市场的热点”。考虑再三，我的选择是：2000元以下的器械。理由不外乎这么些，一2000元以下相比较2000元以上，其购买周期缩短不少，经

营压力比较小些；二购买者的决策时间短些，而且其道德风险也要小些。

营销模式再创新，它都有核心点。家用器械的营销核心点不外乎这几个：让产品自己说话、顾客复制、结果对比、细节控制、心理暗示。

“让产品自己说话”是器械营销的最核心点，它包含两个方面：一产品本身，二免费体验。古语说，酒香不怕巷子深，任何的叫卖声都比不上产品的疗效。消费者真正需求的是长期使用却能累积疗效的器械，而不是包装完美的东西。温热型器械的火热跟自身是2类器械这点是分不开的（2类器械是sda指对其安全性、有效性应当加以控制的医疗器械）。我预计，市场上那些伪器械将被逐渐淘汰出局，留守者只有1类和2类器械。

第二免费体验。任何时候，免费体验都会是最佳的营销手段。免费体验的基础是建立在产品良好疗效的基础之上的。实际应用免费体验时，应该把免费体验的内容搞得具有高附加值，具有神秘感，这样免费体验者才有足够的兴趣。具体到操作细节上，就要根据产品特色确定吸引消费群的价值诱因、免费体验的时间长度、对顾客每个接触点的提供同质服务、人多人少时候的不同体验方案应用等等。

总之一句话，让产品自己说话是最省力、最经济、最具顾客忠诚度的器械营销核心。“顾客复制”是器械营销的另一个关键点。顾客复制包含了以下两个方面：一病毒式数量复制，二病毒式质量复制。病毒式数量复制往往应用于市场开拓的初期。应该有这么几个关键环节；找到关键顾客、制造可以快速传播的小段子（融合顾客案例）、适宜的礼品手段吸引顾客体验或者顾客帮带传、运用排队技术吸引顾客体验等等。说到底，就是要制造一个或多个病毒性的案例或者话题完成在目标顾客中快速复制，以达到小成本大人群的回报。二病毒式质量复制主要是应用在已有众多试用或体验顾客，要提

高销售率的阶段。我认为病毒式质量复制主要的技术手段还是顾客帮带传，这种方法准确率高，当然病毒性案例传播是必不可少的。

“结果对比”，我个人认为是一种比较有效的提高消费者购买率的营销手段。器械的主要营销对象肯定是有慢性病的中老年消费群。对于中老年人群来讲，往往医生的结论和检测、化验报告单是他们认为最权威的健康证明。而对于中老年消费群而言，其收入程度决定了他的购买趋向是保守的，购买一样大件是要经过若干遍决策的。那么就要给他和他的家庭找到好的购买理由，使用器械前后的身体指标检测对照是个不错的选择理由（可以是短期的，也可以是长期的）。成本可能高些，但效果很明显。

“细节控制”。俗话说：细节决定成败。器械营销中，对细节的把控反映了此企业的营销水平以及成功与否。中老年消费群起初是冲着免费体验来的，当感知产品疗效后，如果能够提供良好的环境和细节控制的话，那么体验地点就会成为中老年人除却家、公园、菜场的第四个活动地点。做到了这点，器械不热销都不可能。在会议营销中，我老注意一个细节——鼓掌，很多人都会忽略这点，我基本上通过鼓掌这个细节来判断这个企业会议营销的水平如何。做器械营销，我们就要搞清楚与消费者的每个接触点，而且要确保每个接触点提供的服务是标准的，这样才能给每个顾客统一的印象。当然对于喜来健们不问任何人都叫成“爸”“妈”的这个细节，我有些疑义，但喜来健是提供的标准服务。

近年来，伴随着生存环境的改变与逐年快速递增的老龄化的加剧，国民健康意识不断增强，全民已进入了“医疗保健阶段”。加之，国家医疗政策的放宽，医疗信息化及技术革命的推动，我国医疗事业的发展不断完善，行业间的竞争也日益激烈，医疗器械、医疗电子等医疗产品市场遍地开花。医疗卫生材料作为医院等卫生机构的一项重要消耗物资其所占的地位越来越高。

## 一、环境分析

截至2015年5月底，全国医疗卫生机构数达98.7万个，其中：医院2.6万个，基层医疗卫生机构92.2万个，专业公共卫生机构3.5万个，其他机构0.3万个。与2014年5月底比较，全国医疗卫生机构增加6804个，其中：医院增加1433个，基层医疗卫生机构增加2112个，专业公共卫生机构增加3140个。

数据显示，医疗卫生材料市场前景广阔，且每年医疗机构持续增长趋势。那么，有市场就会有竞争，如若在竞争的市场上站稳立足，就要在企业的宣传与产品的销售上创新。

## 二、首次推广总体策略阐述：

利用——（下面简称：——）现有资源为——（下面简称：——）进行宣传推广。

### 1、影视宣传（视听营销）

微电影节优秀作品奖等。可为——公司企业文化（不做第一，只做唯

一）等为题材，导演、编剧、摄制微电影。

### 2、客户峰会——资源共享

——也将陆续承办——的各届活动。首届颁奖晚会于2016年1月25日晚举行，以“——”为此晚会冠名。

### 3、软文推广——无形的营销利剑

——与——杂志社有长期合作协议，也可为——登刊文章及广告两次。

### 4、主动式网络推广——借势宣传

——有独立的网络与专业的网络技术人才，可为——设计网页广告，且在——推广半年。

5、新媒体推广——拉近品牌与消费群体的距离

6、线下推广——知识性宣传，增加群众好感度

——有成熟的线下活动经验与团队，可为——线下活动半年内推广5-10次。

首次合作推广策划与实施的总费用为——万元（：——万元）。

## 医疗产品销售方案策划 产品工作计划篇六

开展城镇居民基本医疗保险工作，不仅是重大的经济和社会工作，而且是重大的政治任务，是党中央、国务院惠民利民的一项“德政工程”、“民心工程”，医疗保险工作计划。各村各单位要切实增强做好这项工作的使命感、责任感和紧迫感，扎实做好城镇居民基本医疗保险工作。

### 二、工作目标

到2011年9月覆盖面达30%以上，2008年12月力争覆盖面达100%。

### 三、实施步骤

整个工作分三个步骤进行。

（一）成立工作领导小组，明确各部门职责（6月1日至6月10日）

各部门的工作职责：

- 1、宣传办公室负责城镇居民参保的舆论宣传工作。
- 2、发展办负责组织实施和管理及城镇居民状况的调查工作；具体负责居民医保的资料审定、信息录入、费用征缴、基金管理、医疗费用审核和支付、医保卡制作和发放等相关工作；并定期对城镇居民基本医疗保险基金的收支和管理情况进行审计。
- 3、乡中心校负责以学校为单位做好学生参加居民医保的登记、缴费工作。
- 4、民政办负责界定和审核低保对象、重度残疾人、低收入家庭60周岁以上的老年人等特困群体；帮助做好特困群体个人支付的医疗费用等的补助工作，工作计划《医疗保险工作计划》。
- 5、卫生院应加强对医疗服务机构的监督管理，为城镇居民提供优质价廉的医疗服务。
- 6、各村应积极搞好社区平台建设，负责组织居民医保的入户调查、登记、缴费工作。

## （二）宣传发动（6月10日至6月30日）

- 1、在全体干部会上传达城镇居民基本医疗保险工作相关文件精神。
- 2、组织乡劳动保障经办人员参加政策理论知识和业务培训，提高工作水平，确保城镇居民基本医疗保险工作开展顺利。
- 4、劳动保障工作人员入户做深入细致的宣传发动工作，向符合参保条件家庭发放医疗保险政策业务指南宣传单，确保人人知晓。学校做好全体学生的动员宣传工作，力争做到全员参保。

5、充分利用宣传栏、标语等，使城镇居民医保政策家喻户晓。

（三）申报登记缴费、造册、发卡（7月1日至12月30日）

1、参保对象到乡发展办登记并缴纳医疗保险费。

2、乡发展办应当对城镇居民的登记资料进行复查核对，对于不符合参保条件的，应当说明理由。

3、以乡村为单位统一凭登记材料、缴费凭证向县医疗保险管理中心办理有关参保手续。

4、参保居民的信息录入工作由乡发展办负责。

6、12月乡发展办及各驻村指导员将居民医保卡发放到参保人员手中。

（四）启动补偿

2011年参保人员缴费后，即可享受相应的居民医保待遇。