**PPT大纲**

**1. 公司介绍**

* **成立背景**：
  + 2019年9月，上海长银医疗科技有限公司正式成立，致力于体外诊断（IVD）领域，专注于上海地区的医疗设备与试剂销售。
* **发展历程**：
  + **2020年**：取得上海社会办医、高校、企业独家代理商资质，业务范围涵盖生化、血球、发光等产品。
  + **2021年**：获得迈瑞公司认证，成为上海唯二的全客户平台商服务公司之一，与上海医药集团达成长期合作。
  + **2022年**：公司搬迁至上海青浦赵巷，进一步优化仓储和物流服务，为未来业务扩展做准备。
* **公司荣誉**：
  + 获得迈瑞颁发的“最具成长奖”，并在合作项目中多次获得“精诚合作伙伴”称号。
  + 提供高质量的客户服务，致力于长期、稳定的合作关系。
* **组织架构与人员情况**：
  + **总人数**：32人。
  + **学历构成**：60%的员工拥有本硕学位。
  + **核心团队**：
    - **销售团队**：8名销售人员，负责各个区域的市场拓展。
    - **应用工程师**：4名技术人员，支持设备安装、维护及操作培训。
    - **商务团队**：5名商务人员，负责合同管理、客户沟通与合作条款谈判。
    - **用户服务团队**：9名技术服务工程师，提供售后维护服务，确保设备正常运行。

**2. 合作回顾**

* **市场布局**：
  + 公司在上海设立了多个驻点，确保覆盖所有区域的医院与医疗机构：
    - **浦东驻点**：1名销售、1名临床、1名用服工程师。
    - **闵行驻点**：1名销售、1名临床、2名用服工程师。
    - **松江驻点**：1名销售、1名用服工程师。
    - **宝山驻点**：1名销售、1名临床、2名用服工程师。
    - **青浦驻点及公司总部**：1名销售、1名用服工程师，负责总部支持。
  + **代理区域**：全上海的社会办医机构、第三方检验机构、高校、企业（迈瑞新兴事业部除外）。
* **客户覆盖与分类**：
  + A类医院（400床及以上）：24家，如上海医大医院、上海嘉会国际医院。
  + B类医院（100床及以上）：112家。
  + C、D类医院：252家（门诊和口腔医院除外）。
  + Y类：12家第三方医学检验实验室，主要开展普检业务。
* **销售团队资质**：
  + 销售团队中33%为中高级销售，具备迈瑞认证的销售资质，主要负责VIP客户和重点医院。
  + **VIP客户部**：主要服务大型医院和高端用户，如上海远大医院、上海嘉华医院。
* **用户服务团队资质**：
  + **血球**：团队中100%为中高级工程师，具备迈瑞设备的高级操作和维护能力。
  + **生化**：中高级工程师占比71%，熟悉生化设备的维护与操作流程。
  + **免疫**：中高级工程师占比85%，提供专业的免疫设备支持。
  + **凝血**：中高级工程师占比42%。

**3. 业绩总结**

* **年度签约与完成情况**：
  + **2019年**：签约850万元，完成68%，主要覆盖上海8个区的IVD设备销售。
  + **2020年**：扩展糖化设备产线，签约1050万元，完成79%。
  + **2021年**：扩展凝血和尿液产品线，签约1270万元，完成102%。
  + **2022年**：签约1650万元，完成101%。
  + **2023年**：签约2350万元，上半年完成55%，预计全年完成102%。
* **销售增长与分析**：
  + **2020年**：签约850万，增长29%。
  + **2021年**：签约1050万，增长25%。
  + **2022年**：签约1270万，增长44%。
  + **2023年**：预计签约2350万，增长57%。
  + **2024年预期**：预计增长42%，主要依赖免疫、血球和凝血设备的销售。
* **设备装机与产品推广**：
  + 2023年至2024年期间，已安装的高端血球机20台，高速免疫机9台，CX-9000系列凝血机4台，完成市场覆盖。
  + 针对大型医院，首次安装了自动化系统（如SAL9000、BC-7500CS等），实现实验室自动化突破。
* **市场推广活动**：
  + **科室会议**：举办30场，重点介绍免疫、血球等产品的临床应用。
  + **院内会议**：举办12场，讨论产品的性能优势和成本效益。
  + **区域推广会议**：6场，覆盖重点区域医院，进一步推广产品线。

**4. 展望未来**

* **2024年销售目标**：
  + 2024年签约1650万元，计划全年完成102%。
  + 具体销售目标：
    - 免疫销售：1100万元。
    - 血球销售：600万元。
    - 凝血销售：120万元。
* **新客户开发计划**：
  + **新增合作医院**：
    - 上海安达医院（安装BC-7500CS）。
    - 上海嘉会医院（安装EU-5300pro）。
    - 上海仁爱医院（安装CL-8000iM2）。
    - 上海太平康复医院（安装BS-620M）。
  + **新增打包共建项目**：
    - 上海善方医院、德馨医院、水云涧护理院、广德中医门诊部、民福护理院、康华护理院。
* **市场难点与挑战**：
  + **生化市场容量**：3500万元，竞争激烈，公司将在凝血、免疫和血球领域重点发力。
  + **医院合作突破**：
    - 针对宏康医院、德达医院等大型医院，将加大装机推广力度，优化服务方案。

**5. 合作客户情况**

* **已合作客户分析**：
  + 公司已合作客户96家，占比74%，未合作客户34家，占比26%。
  + 22年后新增6家百万级以上客户，包括：
    - 上海医大医院、上海远大医院、上海嘉会国际医院、上海安达医院、同济大学天佑医院等。
* **TOP 10医院合作详情**：
  + 已合作的医院中，8家为顶级客户，签约金额较高：
    - **同济大学上海天佑医院**（三级医院，710床，迈瑞产品年产出240万元）。
    - **上海远大医院**（三级医院，2000床，迈瑞产品年产出400万元）。
    - **上海嘉华医院**（二级医院，400床，迈瑞产品年产出200万元）。
    - 其他合作客户包括上海孟超肿瘤医院、上海市嘉会国际医院等。

**6. 员工发展与培养**

* **员工晋升路径**：
  + 实习期2个月后进入基础销售阶段，6-12个月内可获得初级销售资质。
  + 初级销售在1-2年内通过培训及项目经验晋升为高级销售，薪资随资质每增长一级加薪1000元。
  + 高级销售目标：攻克大客户，完成中高级销售资质，年薪增长幅度在2K-4K之间。
* **培训与会议制度**：
  + **周例会**：
    - 商机梳理：针对重点项目进行打单分析。
    - 销售数据统计：每周分析销售表现，分享成功案例。
    - 产品培训：定期为销售团队提供新产品的技术培训。
  + **月例会**：
    - 业绩进度汇报：公司整体销售进度分析。
    - 重点项目攻坚：协同销售与技术团队合作，推动重点项目实施。