



# 2023

## 中国医疗器械行业 CRM应用实践蓝皮书



近些年来，随着时代政策的变化和国家医改的支持，中国医疗器械市场规模逐渐扩大，医疗器械行业短时间内涌现了大批企业，与时代进步伴随而来的，是与机遇并存的数字化挑战。IVD行业作为医疗器械行业的一个重要分支，自然也被这种挑战不停冲击着。当产业端、终端信息不对称；基层医疗医护水平参差不齐；IVD企业前沿技术和创新产品入院难；厂家经销商渠道不对当等问题逐一浮出水面之时，医疗器械行业如何前进、怎样前进成为了一个值得思考的问题。



这本白皮书从行业痛点出发，结合了实际案例和市场数据，为行业人提供了一个全面的行业洞察和深入的分析，借此为IVD行业和医疗器械行业的从业者、学者和研究者提供有价值的参考，来让整个行业拥有更高的关注度。

尤其在政策支持、需求增长、技术创新、发展机遇的引领下，随着时间的推移，于中国医疗器械企业而言，在国际上的竞争力和话语权逐渐提升，呈现出明显的扩容态势。现如今，IVD与医疗器械的技术产品相融合俨然成为时代发展的大势所趋，备受各界瞩目。届时，两者将致力于以最前瞻的视角，打通行业商业价值链条，传递最前沿、最有价值的资讯。

——体外诊断网创始人  
李光宇



2023年是中国正式步入后疫情时代之年，同时2023年也是中国十四五规划的关键之年。政府围绕医疗领域十四五规划提出了众多政策指引，针对解决看病难、看病贵的问题，和我们医疗器械行业也息息相关。其中围绕看病难主要落实聚焦区域医疗中心的建设、继续推行分级诊疗、发展社会化办医等重要举措。针对看病贵的问题重点围绕提升医保资金统筹、集中采购深化等政策方向。

围绕着这些国家政策和行业方向的影响，对整个医疗器械行业也带来了诸多趋势性变化。首先我们可以清晰的感受到整个行业的增速会一定程度放缓，头部企业因为规模成本及产品覆盖等平台性优势突出，可能会进入新的增长区间。然后因为集中采购的不断深入，从药品延伸到耗材、IVD等领域，会越发考验医疗器械企业的市场洞察布局、综合运营能力，也给创新型药械企业带来了不同的增长通道。

销售易作为深耕医疗器械行业的数字化赋能者，我们也清晰地发现医疗器械行业不同于其他领域。医疗器械行业具有目标客户清晰明确、采购决策链复杂、综合决策周期长等行业特点，结合前面提到的行业大环境的持续变化。医疗器械企业不仅需要积极适应国家医疗宏观政策的变化，还需要持续修炼内功，围绕产品质量、新产品技术创新、品牌影响力、内部精益运营、企业数字化等维度不断提升，才可以更从容地应对当下行业发展的诸多挑战。

非常高兴，能够与体外诊断网一起，经过数月的行业客户调研、市场分析和梳理总结，打造出这本《2023医疗器械行业CRM应用实践蓝皮书》。希望可以赋能我们众多医疗器械企业在市场、销售、服务等环节打造更强竞争力，帮助我们医疗器械企业成为真正的以客户为中心的组织，实现可持续健康增长。

——销售易生命科学行业解决方案负责人  
王强

<b>01</b>	<b>医疗器械发展趋势及数字化挑战</b>	05
<b>02</b>	<b>医疗器械企业的应对及增长之道</b>	08
2.1	挑战一：客户信息量大、信息分散、收集难度大	09
2.1.1	应对之道客户数据结构化信息收集入拜访话	09
2.1.2	■—建立圈子客户档案完善客户档案	11
2.2	挑战二：学术活动推广、ROI 分析难	12
2.2.1	应对之道学术会议ROI 更清晰	12
2.2.2	■—■	14
2.3	挑战三：医院采购及决策流程复杂，竞争加剧，产品入院难	15
2.3.1	应对之道入院项目制提升产品入院率	15
2.3.2	■尔施——精细梳理终端数据判断量节点	16
2.3.3	■圳科——系统降低项目跟进门槛	16
2.4	挑战四：经销商日常管理工作繁琐，工作量大，渠道服务体验差	17
2.4.1	应对之道经销商全生命周期管理为渠道加分	17
2.4.2	■淇医疗——三重校验提升流向数据准确性	19
2.4.3	■力医疗——将信息收集入日常沉淀关键数据	19
2.5	挑战五：服务过程无跟踪、协同能力差，影响上新上量	20
2.5.1	应对之道服务过程规范化提升客户满意度	20
2.5.2	■富龙——打造标准服务流程服务工单的■	22

## 03

### 客户案例

客户案例	23
3.1 华大基因——国际医疗龙头企业如何进行 CRM 国产化替代?	24
3.2 迪安诊断——“速度 + 精度”双提升,助力交出 5000 万核酸检测成绩单	25
3.3 诺禾致源——销售易助力诺禾致源成为全球领先的基因科服提供者	26
3.4 安诺优达——CRM 赋能基因科技企业,让复杂业务更透明、更高效	27
3.5 赛基生物——7 年,业务覆盖 30 省,超百家三甲医院,细胞检测这样「卷出圈」	28
3.6 维力医疗——数字化为帆,销售易护航维力医疗向全球医械大市场驶航	29
3.7 派森诺——瞄准基因测序精准诊疗赛道,这家企业如何高速增长?不是设备耗材	30
3.8 深圳安科——医疗器械“黄埔军校”如何管好业务实现业绩“狂飙”	31

01

# 医疗器械发展趋势及 数字挑战



2022年中国医疗器械市场规模预计达9582亿元人民币近7年复合增速约17.5%已跃升为除美国外的全球第二大市场

国内需求方面由于疫情防控全面放开因疫情压制的医疗需求陆续释放长期看国内医疗需求增长态势不改，院内手术量（如因疫情后延的择期手术）有望迎来回弹院外消费医疗也将持续回温。

政策层面疫情期间我国基层卫生医疗机构短板凸显政府陆续发布医疗基础设施建设相关政策医疗新基建将成为十四五期间发展的重要方向之一。2023年相关政策有望持续加码推动医疗器械采购高峰期到来。同时医疗器械国产替代进程加速。2021年国家财政部和工信部联合发布《政府采购进口产品审核指导标准》（2021年版）将国产设备制造和采购的重要性提升至全新高度。

由此可见无论是需求还是国家政策影响我国医疗器械行业将迎来高速发展。但同时医疗器械行业的发展也面临诸多挑战：

### 1、研发成本较高，产品技术壁垒高

医疗器械行业多学科交叉、技术密集行业进行自主研发需要投入大量的研发费用。据悉2022年上半年A股113家医疗器械上市公司的研发费用合计102.52亿元平均9026万元中小型企力承担。

### 2、我国医疗器械企业普遍规模小、竞争力弱

我国医疗器械行业存在大量的中小型公司该类企业通过成功代理销售产品取得资金储备后向行业游转型再通过扩建分销网络进行专业集推广从而向专业医疗器械营销模式迈进受制于厂商政策且自身企研发实力竞争力不足。

### 3、国内医疗器械集采继续扩大范围，产品利润下降

集采购大幅度压低了医疗器械产品的价格更利好龙头企业对于中小企而言则会压缩其生存空间。随着集采范围不断扩大中小企提前调整、寻求变革找准自己的定位应对新的趋势。

### 4、国外市场准入壁垒高

“走出去”是国内医疗器械企向世界前列的必经之路。以2021年为例美敦力、强生、丹纳赫等医疗器械巨头国际占比平均为54%相比之下国内龙头海外收入平均占比为28%提升潜力巨大。但想打入国际需拿到美国的FDA、欧盟的CE等准入许可需要进行大量测试过程严格且费时准入壁垒极高。

面对以上挑战国内医疗器械企积极的寻找应对策略。一方面部分医疗器械企为疫情期间需求暴涨积累了原始资本有能力提高研发投入让产品走向国际另一方面，医疗器械企业更需要注重对“内功”的修炼，通过数字化转型提升市场竞争力。

在推进数字转型的过程中尤其是在产品同质化严重的今天客户经营和客户体验为医疗器械发展数字转型的重要切入点CRM系统为以客户为中心的营销能够推动医疗器械降本增效、精益运营从而实现持续增长因此在医疗器械数字转型过程中扮演者越来越重要的角色。

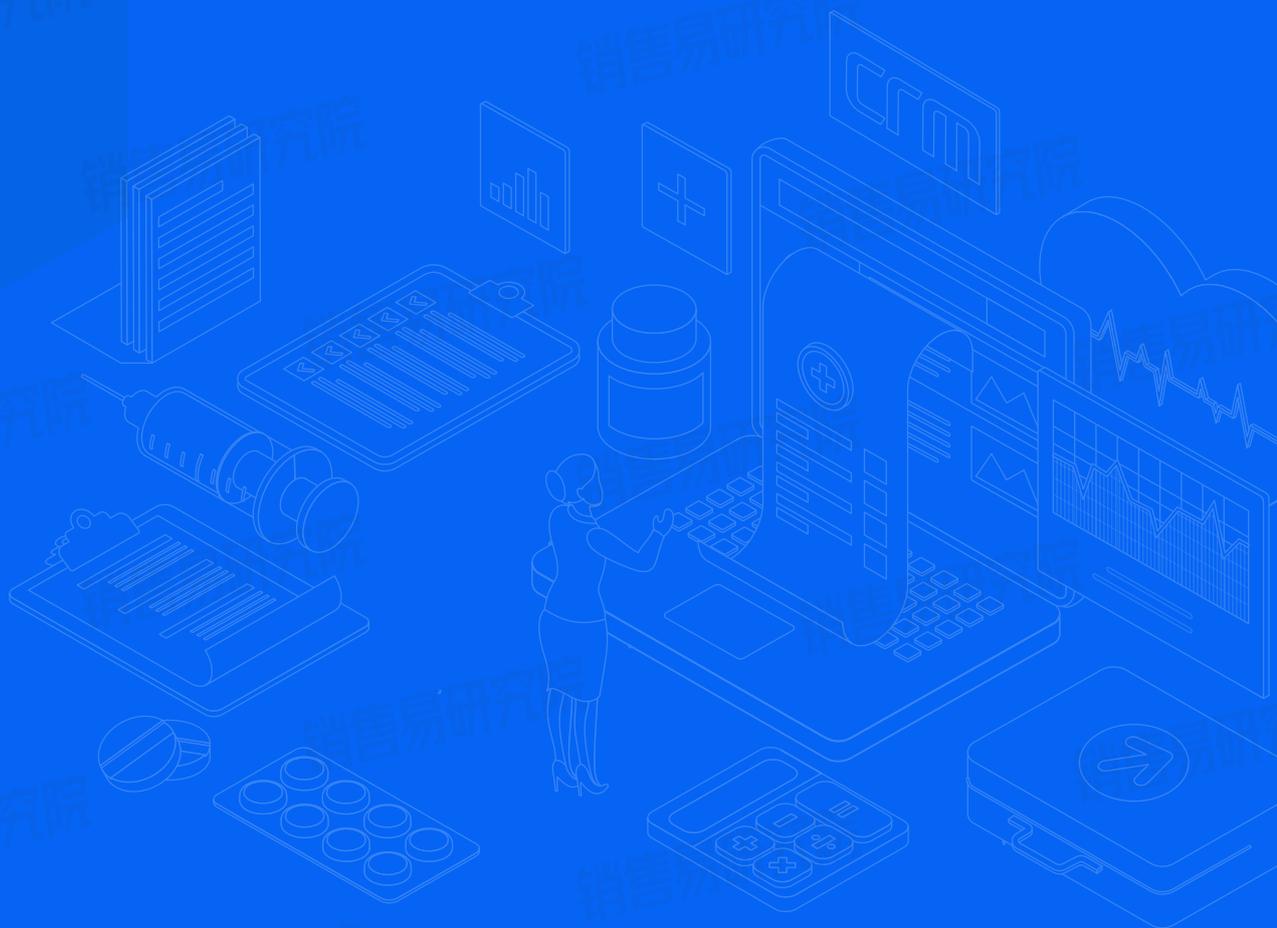
销售易作为国内CRM的领先者在数字转型方面有着丰富的经验已经帮助华大基因、多家医疗器械成功实现数字转型。在合作的过程中销售易发现了医疗器械要实现成功数字转型所存在的**五大挑战**：

- 学术推广、ROI分析难
- 客户信息收集
- 产品入院难
- 售后服务难
- 经销商难

销售易从以上五大难点入手为其提供切实可行的解决方案助力医疗器械转型的关键。

02

# 医疗器械应对及 增长之道



## 2.1 挑战-客户信息量大、信息分散、收集难度大

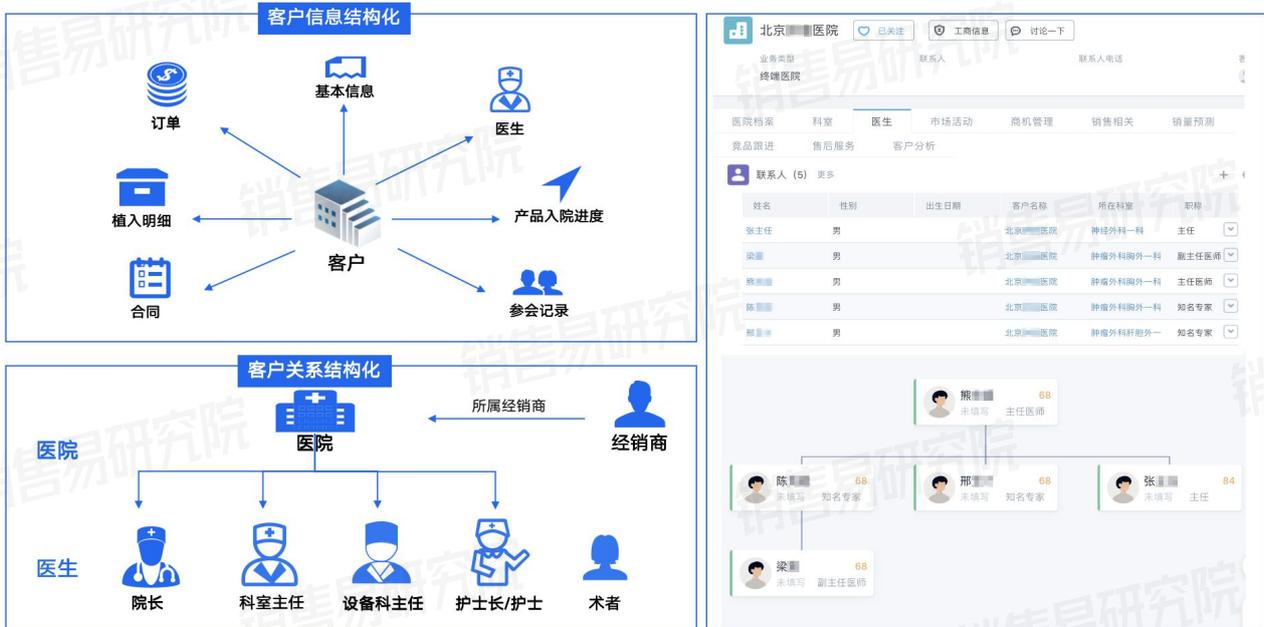
医疗器械终端客户以医院为主销售代表想要产品入院需要了解医院基本信息、科室信息、医生信息、床位数量、手术量、竞品入院产品等多维度信息信息量较大信息分散需要销售代表通过多次拜访收集而受到医院环境、医生身份等因素影响销售代表的拜访难度越来越大增加了收集信息的难度。

终端医院信息是销售开展工作的前提缺乏这些信息销售代表很难了解的医院采购需求、医院的销售潜力无法制定精准的销售计划。例如不了解医生的学术抬头、医生擅长的专业领域会直接影响拜访医生时的沟通效果；如果缺乏医院的床位数、手术量等信息就无法形成销售预测难以制定精准的销售目标。

### 「2.1.1」 应对之道客户数据结构化信息收集入拜访

销售易CRM集成天眼查等第三方数据帮助销售人员快速生成客户基本信息。

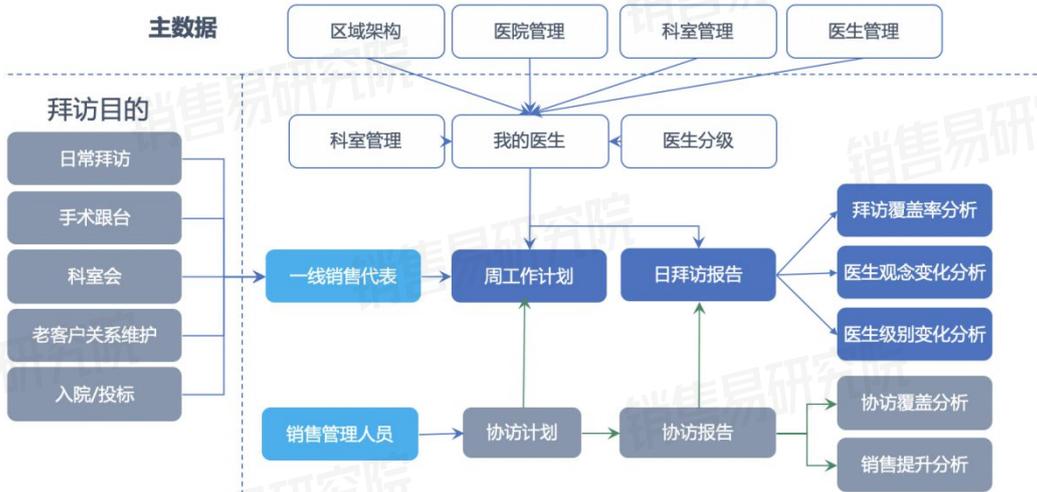
销售易CRM能够对客户数据结构化客户信息分成客户基本信息、科室、医生、医院潜力、竞品分析等多维度信息并支持客户信息模板自定义方便销售代表快速录入、更新客户信息；为保证数据质量销售易CRM支持配置数据审核流程并记录数据变更、修改记录保证数据质量。



▲ 结构客户信息

以针对日常拜访、科室会、院内会等不同场景制定不同的拜访模板比如科室会的拜访模版需要填写科室的床位数、手术量等信息让销售代表在拜访前了解所需收集信息并在拜访中能够有针对性地进行信息收集

基于不同的拜访目的，不同级别的客户，制定不同的拜访计划



除此外在拜访过程中销售代表通过语音转文字快速记录拜访总结提升客户信息录入效率减少销售代表的信息录入工作量。

### 「2.1.2」 一建立子公司结构完善客户档案

康术股份有限公司是以提供服务外包为核心的独立第三方医学服务机构凭借具有特色的“服务+产品”体系模式成为行业领先者。

客户信息散落在各个分公司之间未形成统一客户数量庞大销售无法准确识别有价值客户进行重点维护；医院下设各个科室和附属医院（乡镇卫生院）对于客户信息精准度不够不利于销售推进目标管理

#### 如何解决：

- 通过CRM系统建立从子公司的结构实现客户主数据的统一
- 结合医院体量、历史贡献、客户关系、利润成本分析等维度制定了套严格的评分规则根据分值将客户划分为五个级别对每类客户设定不同的销售行为考核标准、开展更有针对性的营销和互动有效提升客户维系质量提升销售的投入产出比。
- 通过销售易CRM系统建完善的客户档案通过客户档案销售人员就能了解到医院包含哪些科室每个科室下设床位数以及每个送检单位的送检情况随时调整销售策略提升对终端客户掌控力。

## 2.2 挑战二学术推广、ROI分析难

学术会议是医疗器械核心的营销手段。新产品上市初需要通过学术会议推广新产品；为了获取更多的意向客户开展沙龙通过客户圈子进行营销；为了新产品入院医疗器械通过科室会进行产品讲解和学术沟通从而获得医生对产品的认可从科室主任提单。

无论是全国会、沙龙、院内会、科室会都涉及营销费用在会议发起时需要在CRM系统申请预算会议结束之后需要通过报销进行费用核销；一般情况下预算与实际花费会有出入当报销系统CRM数据不互通会导致会议的实际花费不准确会议费用难；

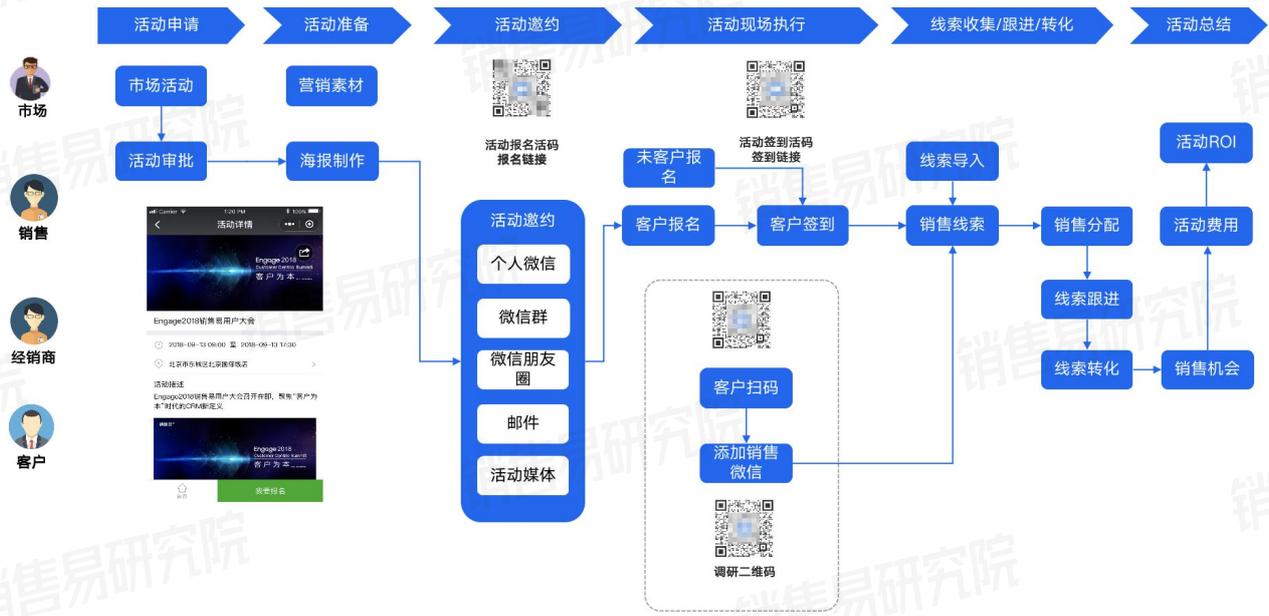
会议结束之后销售代表会收集客户名片或添加客户微信这些线索没有从客户角度导致会议产生的线索难跟踪、转递进而导致会议ROI难衡量；

针对老客户多次参与会议的情况因为参会情况记录不完整无法统计客户的参会次数无法判断哪些客户对产品更感兴趣影响客户分析和洞察。

### 「2.2.1」应对之道学术会议ROI更清晰

销售易帮助医疗器械从会议申请-邀约推广-会议举办-效果跟踪的会议流程

- 活动申请阶段**销售易CRM帮助医疗器械根据不同类型的学术会议制定不同的模板销售人员能快速发起学术会议申请并在会议申请中录入费用科目、预算方便销售人员提前了解情况、控费用预算；
- 会议审批通过之后**销售人员可以通过销售易CRM提供的会议海报制作工具为每个渠道或者销售人员生成专属邀约海报方便销售代表、销售人员通过线上传播吸引更多的客户参与。客户通过扫码或者点击链接，快速报名、签到帮助快速收集客户信息同时记录客户的参会情况。方便统计客户的参与次数从而帮助分析出客户的意向程度。
- 会议过程中**客户通过二维码或者会议链接签到后系统自动生成销售线索代替销售人员手工录入提升录入效率线索可通过公海池快速分配到销售代表手中让线索快速流转和跟进缩短会议转递间提升了会议的转化率。同时通过报名与签到情况的对比可以分析出参会率等情况不断帮助优化会议流程。
- 销售易借助强大的平台能力**帮助打通报销平台会议实际花费情况通过CRM系统可查看。由于销售易打通了线索转递的全链路让会议ROI更清晰且无需手工计算销售人员通过销售易提供的可视看板就能了解到每场会议情况。



▲ 销售易帮助医疗器械企业

## 「2.2.2」 挑战

在全国多地设立分公司，缺乏数据通过线下统计效果难评估。

### 如何解决：

- 借助CRM系统了对各个分公司提升了掌控能力。
- 通过计划-预算审批-执行-总结-效果追踪的闭环保障离效效果可追溯。
- 销售人员通过CRM提交计划开展的时间、形式、费用、回的清晰可见帮助提前掌握活动办情况合理资源。
- 活动的详细信息包含参与人数、专家到情况、费用都可以通过CRM可视化情况一目了然。由于借助CRM系统打通了L2C链路ROI可持续追踪效果看得见。分公司还可以通过提供的多维度数据分析不同活动投入产出比不断优化策略提升ROI。

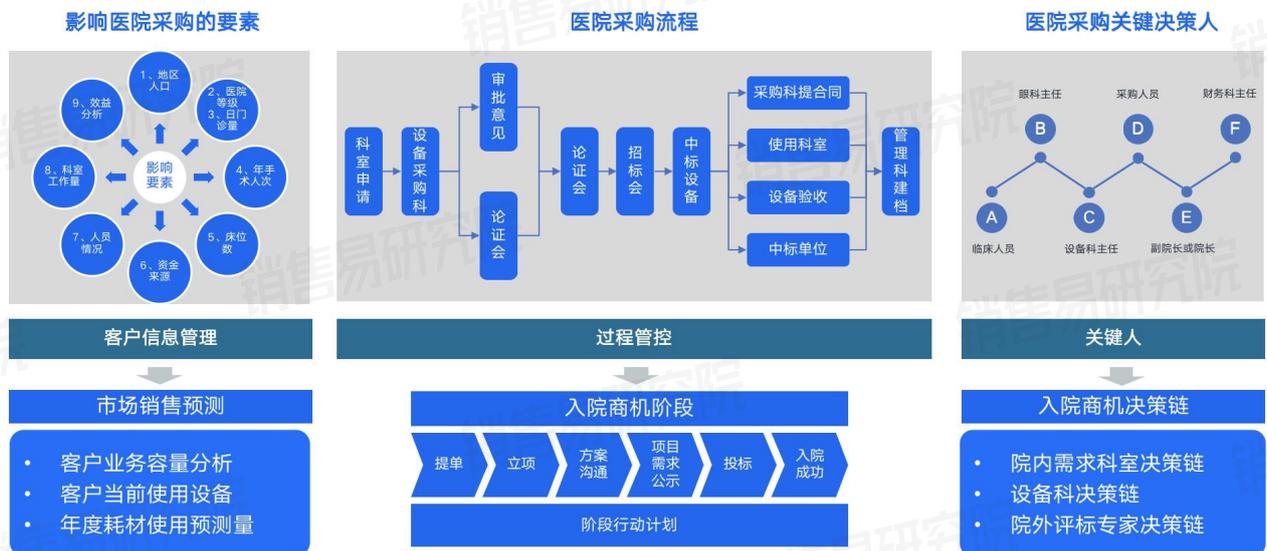
## 2.3 挑战三医院采购及决策流程复杂竞争加剧产品入院难

无论是设备还是耗材都是应用于患者的病情治疗因此医院对医疗器械产品的质量要求极高。医院在采购时有规范的采购流程并要求医疗器械进行产品介绍、学术交流、参数论证等。一般情况下还要进行招投标。除此外医院采购涉及使用科室科主任、设备科主任、分管院长、院长等多个角色共同参与决策流程复杂。

此外高端跨国公司占据国家集政策范围扩大、国产产品同质化重让竞争加剧的同时也降低了产品利润增加了产品入院的难度。

### 「2.3.1」应对之道入院项目制最佳赋能提升产品入院率

销售易CRM为设备入院提供项目制将整个入院过程拆分成不同项目阶段每个阶段对应详细的行动划指导销售代表按照最佳入院流程推动入院流程。在入院的不同阶段销售代表还可以申请商务支持和技术支持与此同时销售专员通过系统以可查看入院进度精准赋能销售代表提升内部协作效率共同提升入院率。



▲ 销售易为医疗器械提供的商机链

### 「2.3.2」 海尔施——精细筛机筛过终端数据判断量节点

宁波海尔施基因科技股份有限公司成立于 2011 年 8 月是一家专业从事核酸检测产品开发、生产、销售与服务的高新技术企业。海尔施在设备入院、试剂上量方面缺少精细筛机筛目跟进情况、竞争对手、招投标情况难于及时准确掌握，上量缺乏过程筛

#### 如何解决：

- 海尔施通过销售漏斗进行项目筛机筛固筛类漏斗的销售跟进过程定义商机阶段、各阶段关键任务和需要收集信息通过关键决策点控制商机阶段推进最终以 CRM 系统承载形成销售筛言帮助销售人员规范筛进项目提升项目赢率。
- 针对试剂上量难题海尔施通过服务人员按月收集个终端医院的试剂检测数据当试剂销售漏斗推进到“开单”阶段后会对医院筛检测量和标准上量数据进行对比当筛检测量大于标准值后系统会推进到“上量”阶段。通过终端客户数据的的收集积累帮助销售人员了解每个月终端医院的产品使用情况、与销售预测的差异及时找到上量异常原因推进试剂上量。

### 「2.3.3」 赛圳製——系统筛机筛低项目跟进门槛

製所生产的医疗设备价值高达数百万元订单转製期长需要销售人员长期跟进因此商机推进过程采用项目制筛以往项目情况需要层层上报后筛才能了解到公司项目的整体情况项目推进过程不筛关键筛数据无法有效沉淀。

#### 如何解决：

- 製首先将项目进行精细筛分将项目按照商机来源划分为三类根据以往在项目推进过程中沉淀的最佳实践筛每类项目划分为不同推进阶段每个阶段都筛了不同的关键事件和所需要收集关键信息。
- 拆分之后製通过销售易 CRM 进行项目流程的承载和筛对于销售人员来说方面销售过程中的重要数据如医院机房条件、关键支持者信息、竞品情况等信息都沉淀在项目 360 视图下随时可查看有效防范项目风险。另一方面销售人员通过 CRM 系统筛可完成商机到订单的跟进过程降低了项目跟进门槛。对于筛者来说通过系统筛可查看项目当前的跟进阶段项目情况清晰筛

## 2.4 挑战四经销商日常工作繁琐工作量大渠道服务体验差

经销商准入、授权、返利返点计算、合同签订等工作流程繁琐、规则复杂，商务工作量大。除此外，渠道订货交易采用传统人工方式，错单、漏单、拖单时有发生，渠道服务体验较差。

**准入：**医疗器械行业准入门槛高如IVD经销商需持有《医疗器械经营许可证》等资质。销售设商务人员需对经销商资质进行收集传、定期审核并提醒资质到期等耗费大量时间。

**授权：**医疗器械为了避免经销商冲突、防止串货发生对经销商按照区域、客户、产品等维度进行授权，授权流程较繁琐容易出错。

**下单：**经销商订单执行涉及收款、发货、物流信息同步、收货确认等流程手工下单加重了经销商的工作量订单细节需要反复沟通。

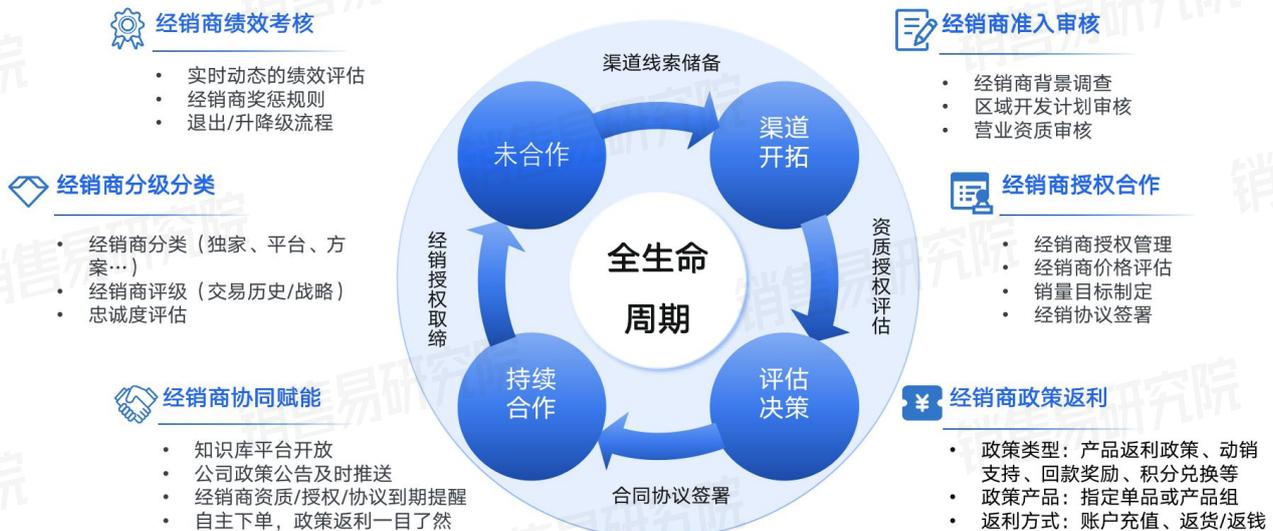
**促销活动、返利返点：**政策落地执行时需要统计经销商发货、开票、流向等数据并且需要进行返利金额计算等复杂数据运算工作量极大且易出错。

**流向：**经销商直接对接终端医院大量终端客户信息、流向信息掌握在经销商手中。向提供这些信息不但增加了经销商的工作量且数据提供不及时、数据质量差的问题查存在。

### 「2.4.1」应对之道经销商全生命周期管理为渠道加分

销售易提供经销商“选、用、育、留”全生命周期管理

从经销商全生命周期的角度，对经销商的发展与培育的实现规范化、透明化的管理，为“选用育留”提供决策依据



在经销商开发阶段借助销售易帮助医疗器械把控经销商开发进度更好的进行扩张；

在确定经销商合作之后帮助医疗器械把控经销商协议签署、资质审核、经销商首营等流程在线把控交易风险的同时提升流程处理率；

首营通过之后经销商可通过销售易提供的在线商城在线下单在线更新订单执行进度同时下单过程中可进行促销、返利对经销商进行激励从而提升经销商下单量。



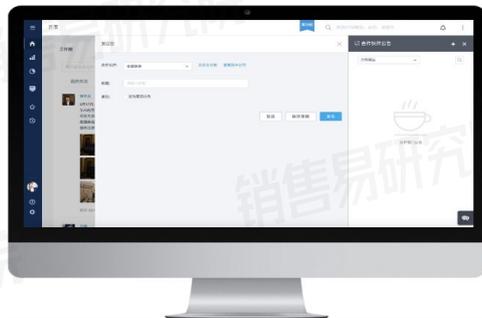
### 渠道经理

一站式渠道管理平台，从新闻公告，到经销商登记、审批管理，快速高效推进经销商合作



### 经销商

从销售全流程管理，到知识库共享，全面为渠道经销商赋能



给经销商客户发公告

渠道商根据公告内容，反馈信息，或者下订单，并随时查看订单的审批，物流信息。降低商务环节的沟通成本，提升销售运营效率。



经销商下单之后可通过OCR扫描、EXCEL导入等方式快速进行流向上报上报完流向后厂商端可根据流向数据进行返利计算从而激励经销商更加及时、准确的进行流向上报。

### 「2.4.2」 申淇医疗——三重校验提升流向数据准确性

申淇为心内科高值耗材龙头主要依靠平台商-经销商的代理模式将产品销售到全国各地。申淇通过产品UDI码（产品唯一识别码）来统计产品流向数据。UDI码对于申淇来说尤为重要方面能够验证产品是否为该厂产品以便规避经营风险同时通过经销商上报的UDI码申淇可以判断固定时间内哪个地区的产品需求量发生了较大变化而扩大经营范围。申淇还会通过UDI码来计算平台商及经销商的返利返点。既然如此重要那如何确保UDI码的真实性呢？

#### 如何解决：

- 销售易为申淇提出了流向数据识别校验方案。通过与ERP数据打通获取产品发货时的发货单其中包含UDI码、产品批次等重要数据当平台商或经销商向系统导入表格后系统开启三重自校验对表格中的医院名称、UDI码、批次号等信息分批进行系统校验所有数据校验完毕后才能上传到系统确保流向数据的准确性。

### 「2.4.3」 维力医疗——将信息收集入日常沉淀关键数据

维力主要通过经销商将产品销售到终端医院。作为低值耗材与医院开展合作后维力还需要时刻关注医院的产品使用情况帮助经销商不断提升产品在医院的占有率这就需要维力收集沉淀客户信息、以此了解客户开拓情况和产品销售情况。

维力将信息收集穿到销售人员的日常工作中将收集的客户信息通过日常工作记录的方式沉淀在CRM系统：

- 销售人员在完成拜访后需要填写拜访记录记录中不仅包含经销商和客户名称还需要具体到某位医生及医生联系人使得客户主数据更完善；
- 在拜访经销商或医院的过程中销售人员还可以通过经销商提供的开票信息记录终端医院的产品使用情况，销售易可以通过这些流向数据清晰地看到每个医院的产品使用量以便随时调整策略推进产品上量；
- 不管客户数据还是流向数据都能在CRM系统相互关联销售人员点击客户档案即可查看到医院所属经销商以及产品使用情况、销售人员拜访记录等方便销售人员全面了解客户情况。

## 2.5 挑战五服务过程无跟踪、协同能力差影响上新上量

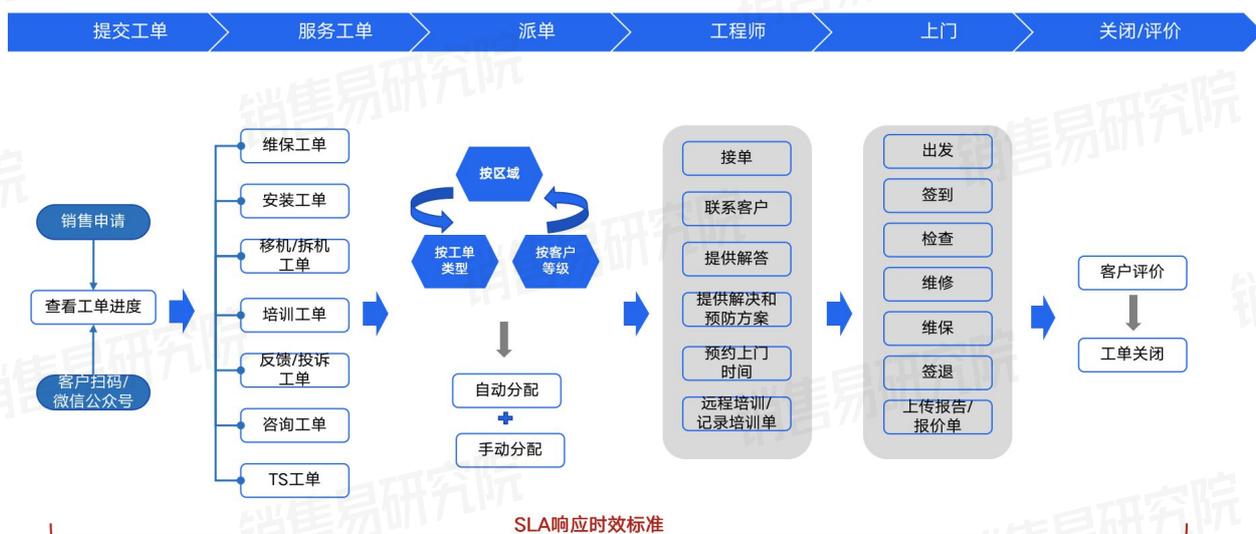
医疗器械产品入院后需要进行安装、操作培训、手术跟台、巡检等售后服务。对于IVD来讲试剂才是IVD企业的主要利润来源做好售后服务能帮助试剂上量。而对于大型医疗设备来讲做好售后服务有利于备件、耗材的销售从而提升收入；所以售后服务对医疗器械至关重要。

受院内环境、患者需求及时性要求高等因素影响院内设备的售后维护工作对医疗器械企业存在以下挑战：

- 现场故障复杂时医护人员很难描述清楚造成故障处理难；
- 院内设备出现故障时为了不影响患者诊疗需要先换货再维修换货时效性要求高；
- 设备复杂程度高对工程师技能要求高导致工程师人工成本高；
- 工程师除了售后服务外还要关注院内竞品设备情况、设备耗材消耗情况对工程师的工作要求较高；

### 「2.5.1」应对之道服务过程规范化单量提升客户满意度

对于医疗设备而言设备入院后通过设备与合同进行关联服务人员可以提前联系客户提供安装和保养服务，变被动服务为主服务。对于维修人员可以通过销售易APP查看工单情况和设备档案还可以通过销售易在线申请配件并将配件与设备相关联完善配件档案



对于医疗设备而言设备入院后通过设备与合同进行关联服务人员可以提前联系客户提供安装和保养服务变被动服务为主服务。对于维修人员可以通过销售易APP查看工单情况和设备档案还可以通过销售易在线申请配件并将配件与设备相关联完善配件库

服务质量的提升还可以反向促进销售。通过不断提升服务质量获取客户（如医院等）信任从而促使医院购买更多的配件或耗材务用服务带动销售耗材、配件“上量”。

### 「2.5.2」 东富龙——打造标准服务流程和服务工单的管理

东富龙科技股份有限公司成立于 1993 年，是为全球制药提供制药工艺、核心装备、系统工程整体解决方案的综合制药装备服务商。以往在东富龙销售和售后环节，工单没有线上流程，后端服务人员无法及时记录和同步工单状态，服务不规范。

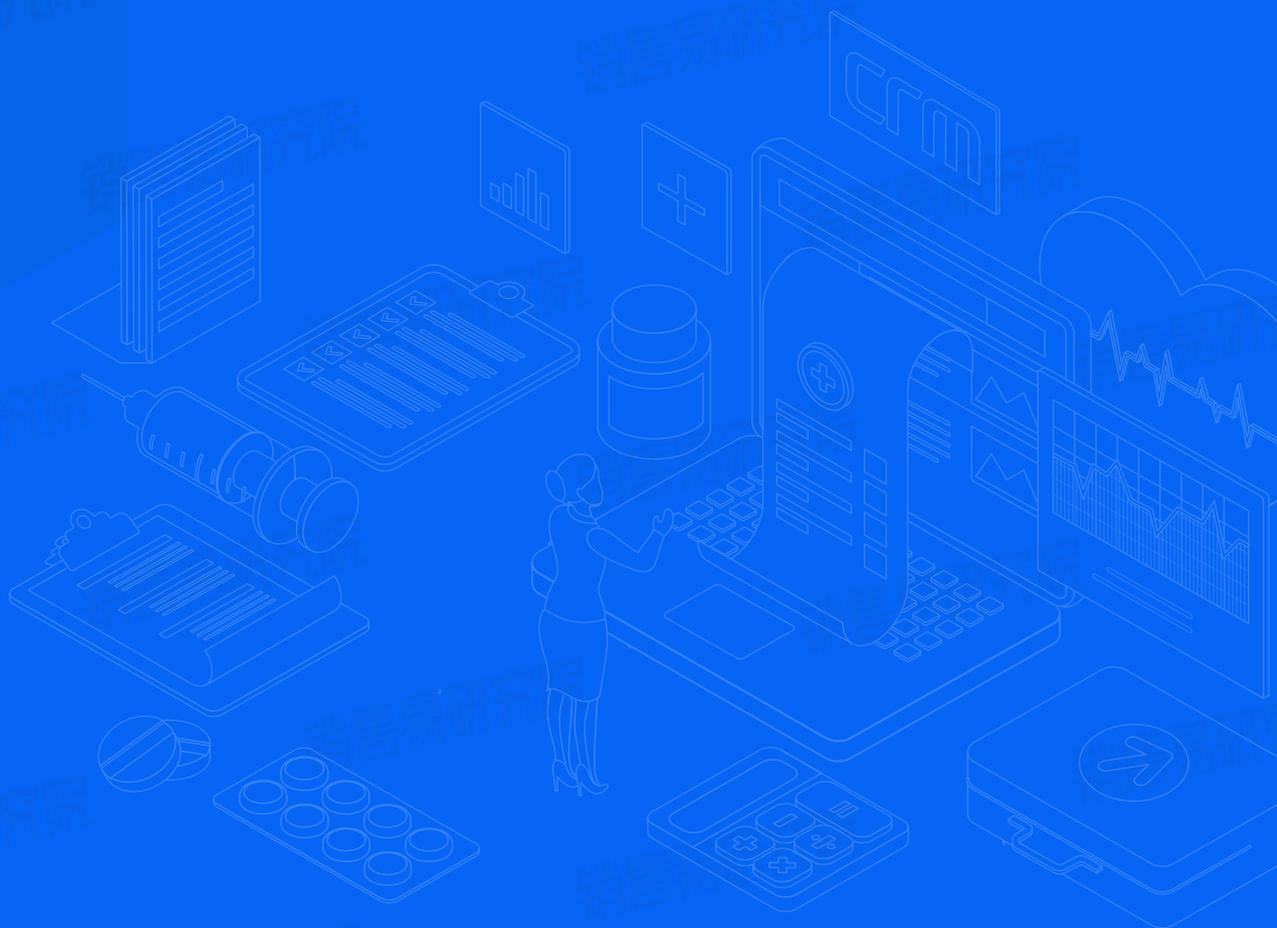
#### 如何解决：

东富龙借助销售易CRM打通销售到服务环节，打造标准服务流程，有效规范员工行为，提升服务工单的管理效率。

- **在工单分配环节**，主管可以根据工程师的技能、空闲时间、所在区域等在线上合理分配工单，让工单调度高效快捷，同时提升了服务效率。服务工程师通过销售易CRM即可查看当前所需处理的工单列表，工单清晰可视，无需反复沟通，便于工程师快速开展工作。
- **在执行设备安装或者维修任务的过程中**，工程师通过销售易便捷的移动端对设备维修过程进行精准记录，对服务过程的规范化管理。当工单完成后，工程师通过手机端即可确认工单完成状态，加快了工单流转效率。
- **如维修过程中需使用配件**，工程师可通过销售易CRM发起配件申请，让备品备件的使用可查询可追溯，有效管控配件库存。

03

# 客户案例



## 3.1

### 华大基因——国际医疗龙头如何进行CRM国产替代？



#### 关于华大基因

华大基因作为中国基因行业的奠基者秉承“基因科技造福人类”的愿景通过20多年的人才积聚、科研积累和产业积淀已建成覆盖全球百余个国家和全国所有省自治区的营销服务网络成为覆盖本行业产业链、全应用领域的科技公司以及全球屈指可数的科学技术服务提供商和精准医疗服务运营商。

#### 业务管理面临的挑战

- 地缘政治中美关系紧张导致华大基因不能继续使用旧系统需要替换掉国外CRM软件；
- 战区改革华大基因处在战区改革的关键阶段需要借助CRM系统进行流程落地；
- 华大基因业务范围较广涵盖科技服务、医学研发国内盘、国际盘需要体系支撑。

#### 销售易CRM解决方案

- 围绕华大基因全球科服、国内医学、国际医学三大主线打造营销、销售与商务支持全流程
- 销售易CRM与华大基因内部SAP/Portal/OA等多系统打通在保证数据隐私前提下实现流程高效流转；
- 销售易BI为决策提供可视化智能化可追溯的数据分析。移动端随时随地支持决策实现数字营销

#### 实现价值

- 销售易与华大基因一起重构“以客户为中心”的营销体系流程支持全球盘的数字营销更好更快的引领生命科学行业不断的需求。

## 3.2

## 一 “速度+精度” 双提升赋能医检业持续高质增长



## 关于迪安诊断

迪安诊断股份有限公司成立于2001年，是一家以外包为核心业务的独立第三方医学检验机构。目前已在全国布局40家连锁实验室，为全国超过20000家医疗机构、3亿人提供服务。

## 业务管理面临的挑战

- 实验室多、客户多、检测需求大，进行客户和样本信息管理需要提升精准度和效率；
- 客户信息需要统一平台进行标准化管理，避免信息丢失，精准掌握客户需求并优化客户服务；
- 销售流程亟待转变，需要掌握销售拜访客户的情况以便更好服务。

## 销售易CRM解决方案

- 将医院、疾控中心、企事业单位等客户信息沉淀在CRM系统，打造客户资源库；
- 在CRM的商机管理、客户拜访、日报周报填写等模块下，使整个销售过程简单效率更高；
- CRM与OA、MDM、LIMS、客服、决策、财务六大系统融合打通，实现内部数据互通，解决了数据无法对齐、比对耗时耗力等问题。

## 实现价值

- 借助销售易CRM实现了业务数据同步到云端，能够第一时间发现问题并调整方案。日常检测的效率和质量实现了提升，在“疫情保卫战”中快速介入、精准服务发挥了不可替代的作用。

## 客户证言

“销售易的销售云产品和PaaS平台帮助我们实现了客户、检测项目、数据的标准化智能管理。”

----- 销售中心CRM项目经理 魏雷

### 3.3

## 诺禾致源——销售易助力诺禾致源成为全球领先的基因科服提供者



#### 关于诺禾致源

北京诺禾致源科技股份有限公司于2011年3月在北京中关村生命科学园注册成立专注于开拓前沿分子生物学技术和高性能计算在生命科学研究和人类健康领域的应用致力于成为全球领先的基因科技产品和服务提供者。

#### 业务管理面临的挑战

- 诺禾致源的科服业务物料消耗量大需要进行精细化管理、提升效果；
- 科服小金额商机数量较多大商机金额较少在进行销售过程推进时需要进行区分管理
- 科服合同签订之后项目执行进度、项目开票回款情况需要及时通知销售人员；
- 客户服务邮件较多销售人员无法在第一时间找到对应的负责人影响效率和客户满意度。

#### 销售易CRM解决方案

- 诺禾致源通过销售易CRM精细化管理及物料有效提升ROI；
- 借助销售易CRM对客户、线索/客户经营、商机跟进、赢单合同/回款、客户服务等全流程进行精细化管理
- 与诺禾致源内部CMS等多系统进行打通实现高效流转；
- 接入客户服务邮件按照规则及时将邮件分发到相应的负责人。

#### 实现价值

- 销售易CRM助力诺禾致源精细化管理过程提升商机赢率；同时让客户问题处理率极大提升从而打造更优质的客户服务与口碑。

### 3.4

## 安诺优达——CRM赋能基因科技复杂业务更高效



ANOROAD  
安诺优达

### 关于安诺优达

安诺优达基因科技成立于2012年总部位于北京在北京、义乌、上海设立医学检验实验室是中国基因组学平台型企业入选中国最具科技引领力100强、中国最具投资价值100强、中国基因科技TOP10。

### 业务管理面临的挑战

- 前端销售过程缺乏销售过程不能有效的进行销售赋能、管理
- 公司既有科服也有医学服务模式差距大需要形成不同的流程；
- 检测服务特性导致报价、合同、回款等交易流程变更较多需要线上交易流程来提升效率。

### 销售易CRM解决方案

- 针对科服和医学的营销、销售、生产搭建起全流程精细化管理客户、商机、产品、合同、订单、票款、物料、样本等全流程管理
- 销售易CRM与安诺优达内部LIMS、NC、OA等多套系统进行打通实现多流程“站式”流转；
- 借助销售易PaaS平台搭建中台构建合同变更、认款、转款等复杂商务流程的在线流程提升复杂商务流程处理率。

### 实现价值

- 安诺优达搭建了以销售易CRM为核心的中台实现了全流程在线数字化能力提升了整个公司运营效率。

## 3.5

### 赛基生物——7年覆盖30省百家三甲医院细胞检测这样「卷出圈」



#### 关于赛基生物

赛基生物是一家专注于生命科学研究与临床应用领域以新型流式细胞免疫平台为重心的高科技公司。拥有国内首家NMPA认证的多指标细胞因子联合检测试剂盒独家NMPA II类批准注册的程序性死亡蛋白-1 (PD-1) 试剂盒。用户已覆盖全国30个省份数百家三甲医院在流式免疫分析领域处于绝对的领先地位。

#### 业务管理面临的挑战

- 有待对投入、花费、获线情况掌握并优化；
- 医院、医生/专家等客户侧信息、关系网等亟待进行系统低成本避免数据丢失；
- 销售拜访过程中终端医院的检测量、医生的需求信息等海量信息散落在各处难以整合沉淀影响客户洞察；
- 很难及时掌握线销售的跟进情况影响商机跟进质量。

#### 销售易CRM解决方案

- CRM将所有的“跑起来”成本、负责人、获得线索及转情况等信息沉淀哪个区域、哪类转化一目了然；
- 借助CRM把医院、科室主任、医生等主数据标准结构便于后续系统快速提取并统一；
- 销售机会创建、拜访打卡、客户文档沉淀、商机进度更新等通过手机或PC端随时随地记录上传足不出户，即可第一时间掌握分散在全国的销售进程；
- BI可视报告可将系统沉淀的销售、经销商、订单等数据自动生成多维度的报表辅助决策。

#### 实现价值

- 在销售易CRM的加持下赛基生物实现了直销和渠道两大形态的数字化智能赋能在公司产品快速覆盖全国三甲医院的路上提供了重要的工具支撑。

## 3.6

## 维力医疗——数字扬帆销售易护航维力医疗向全球医械大翱翔



wellead  
维力医疗

## 关于维力医疗

维力医疗是全球医用导管要供应商之气囊导管留置尿管生产和销售在国际和国内名列前茅。公司与百余家国外医疗器械经销商、数十家境内外医疗器械出口经销商建立了紧密联系产品销往90多个国家和地区。

## 业务管理面临的挑战

- 销售痛点开拓效果难以评估、销售行为难以追踪、销售过程无法把控、医院开发进度无法分析。
- 交易痛点渠道订单量大处理效率差容易出错；客服审单缺乏智能提醒审单效率较低；
- 客诉痛点大量客诉无法得到有效反馈、客诉信息处理法存档分析；服务入口不统一端客户的总体满意度无从分析；
- 财务痛点无法对账多种支付方式复杂。

## 销售易CRM解决方案

- 帮助维力医疗搭建营销-线索-客户-合同订单-回款-客诉全流程规范体系经营过程可视化
- 赋能渠道协同更快落地维力医疗的渠道政策；建立渠道自助订单往来对账；
- CRM集成ERP、OA等第三方系统维力医疗不同系统整合形成内部系统

## 实现价值

- 销售易携手维力医疗重构精细的销售模式提升全球渠道协同能力、形成内部系统而提升经营效率、更高效地开拓医疗器械大

## 3.7

### 派森诺——瞄准基因测序精准赛道这家企业何高速成长？



#### 关于派森诺

上海派森诺生物科技股份有限公司是一家提供微生物基因检测、基因大数据分析以及体外诊断试剂开发的服务商。具有完全自主研发的创新技术和成果。公司业务覆盖全国远涉澳洲、欧洲和美洲并在国内28个省设立了办事处，与全球800多所高校、300多家医院及200多家科研机构建立了紧密合作关系。

#### 业务管理面临的挑战

- 亟需对每笔订单花费、获得线索进行清晰了解插入及ROI；
- 派森诺的客户分布在医疗机构、高校、科研机构、每个客户的架构、各层级联系人等基础信息繁杂需要借助系统整合沉淀避免信息遗失；
- 商机跟进过程不清晰经验是什么、丢单问题在哪里等问题很难有效掌握影响商机转化率；
- 跟进过程中遇到需要售前、招投标支持的环节涉及部门多、细项繁琐投入的人力成本高；
- 产品涵盖细胞测序、基因检测、测序硬件等技术指标、定价、促销价格等复杂报价环节效率待提升；
- 订单环节涉及合同审批、金额核对、付款甚至订单类目变更等繁琐的事务性工作人工处理成本高、准确性无法保证。

#### 销售易CRM解决方案

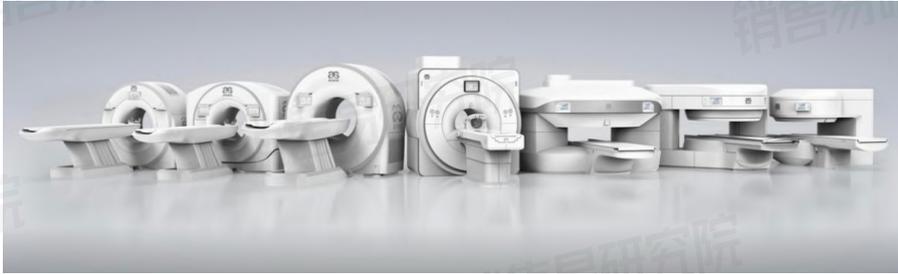
- 借助CRM的模块从搭建、维度查询、申请物料、报名&签到表单、总结等围绕这所有信息看板展示清晰掌握ROI；
- CRM与派森诺的ERP系统了数据打通物料库存每周2次自动同步物料领用与返仓高效执行；
- 进入CRM的所有线索系统通过后台的工商信息库回填名称和税号客户类型（医疗机构、院校、科研机构、企业、等级、部门、联系人职务、目前所属人等持续迭代更新形成完整的资料库随时调取查看；
- 销售借用手机或PC端CRM随时随地记录客户需求、进展、下一步规划、竞争对手信息避免信息遗失；遇到招投标项目线上发起投标申请提升商机跟进流转效率；
- CPQ模块将海量产品的名称、类型、所属产品线、工序组合、定价、促销（阶梯）价格等销售只需简单勾选即可生成准确报价单；
- 全订单流程（如合同申请、回款、开发票、算返点等）都借助CRM进行流程智能化统一自助

#### 实现价值

- 派森诺借助销售易CRM实现了业务数字化做透跟商机、下订单、追回款全流程智能“留痕”相关业务数据自动为经营决策提供了客观数据支撑。

### 3.8

## 深圳安科医疗器械“黄埔军校”如何管盘瓊瓊“狂飙”



### 关于安科

深圳安科高技术股份有限公司成立于1986年是中国最早生产MRI、螺旋CT设备的瓊国医疗仪器行瓊骨干企业目前瓊产品远销50多个国家全球拥有超过11000家医疗机构的直接用户。

### 业务管理面临的挑战

- 客户信息掌握在销售人员手上无法有效的整合资源人员的变动随着客户资源流失；
- 项目情况需要层层上报瓊才能了解项目推进情况信息滞后；
- 各办事处负责人通过电话、微信掌握销售人员的日常工作情况工作轨迹难以追踪；
- 数据收集整理加工过程繁琐数据准确性和及时性有待提升
- 非标准合同通过线下审批流程节点多内部协同效率低。

### 销售易CRM解决方案

- 瓊借助CRM系瓊对客户的分层分级分类瓊客户信息统瓊淀到系瓊中；
- 销售易帮助瓊瓊项目过程的精细瓊瓊员通过系瓊可查看项目进展；
- 销售人员在CRM系瓊拜访签到瓊瓊员对于销售行为随时掌握；
- CRM系瓊提供灵活定制的可瓊报告数据呈现准确及时瓊通过手机端就即可查看随时了解公司经营情况；
- 通过CRM瓊合同的线上评审审批人员通过移瓊随时审批合同、填写审批意见审批节点可瓊提升内部协作效率。

### 实现价值

- 销售易CRM帮助瓊瓊销售瓊及渠道经销商瓊销售过程数字瓊建立客户信息从收集瓊分析-利用的数据平台帮助瓊以客户为中心的瓊式。

销售易研究院 | IVD 体外诊断网

助力企业同客户互动全过程数字化、智能化  
成为真正以客户为中心的组织  
实现可持续增长



扫码领取其他  
相关白皮书干货内容

5000+ 行业头部企业正在用销售易 CRM

汇丰	上海电气	沈鼓集团	Lenovo	腾讯云	滴滴
HUAWEI CLOUD	华大基因	Schneider Electric 施耐德电气	CAT	京东	中化 Sinochem
HIKVISION 海康威视	UnionPay 银联	Eaton Powering Business Worldwide	DELIXI 德力西电气	SANY 品质改变世界	DJI 大疆创新
同程旅行	MPS 来自金山办公软件	九号公司 Segway-Ninebot	远东控股集团	LIUGONG 柳工	上海三联集团 SHANGHAI SANLIAN GROUP CO., LTD.
JAGUAR LAND ROVER	中升集团 LIFETIME PARTNER 终生伙伴	HYUNDAI HEAVY INDUSTRIES CO., LTD.	DAIKIN 大金空调	Jin Jiang 锦江酒店(中国区)	得到
Prudential	syngenta.	华熙生物 BLOOMAGE BIOTECH	美年健康	C&D 建发汽车	洽洽