

XXXX 医疗器械有限公司创业计划书

目 录

- 一、公司概述
- 二、执行摘要
- 三、经营理念
- 四、市场发展的走势
- 五、销售战略
- 六、竞争分析
- 七、风险与机遇
- 八、公司组织机构
- 九、资金需求

十、财务计划

一、公司概况

(一) 公司简介

XXXX 医疗器械有限公司成立于 2012 年 1 月 1 日,商业法定名称是(中国 XXXX 医疗器械有限公司),法定地址是 XX 市 XXX 区 66 号。

该公司是一家专门从事电子信息产品开发的专业公司。公司主要从事精密微量注射泵等用

于临床医疗和生命科学研究的微量精密智能注射仪的生产研究和经营。

（二）公司宗旨

致力医疗器械,服务大众社会。

（三）公司目标

健康保健为标准,人类康泰为己任。

带动产业大发展,为社会创造福利。

（四）公司理念

靠客户养育,靠员工创造。

靠组织管理,靠真诚服务。

二、执行摘要

（一）项目简述

本创业项目是以创新为基石的。

项目的创业产品属于电子信息产品行业,主要为精密微量智能注射仪方向。

(二) 目前市场的描述与预测

根据公司产品的用途与性质,我们的目标市场定位如下:

精密微量注射泵的目标市场主要为各种医院和医疗机构,以及一些从事相关研究的研究机构、单位和个人等。由于产品精度高、性能优良且价格低廉,实用性高,方便携带等优点,以及国内在该行业尚处于初级阶段,市场空间大,预期达到30% 的市场占有率。

(三) 团队概述

扎实的专业知识: 团队成员全部为知名大学全日制本科生,拥有扎实的专业知识,学习能力强;

合理的专业配置：电子信息科学与技术、金融学、管理科学与工程、自动化、财务会计、企业管理等专业；

丰富的实践经验：团队成员拥有丰富的社会实践经验、企业运营经验及财务实务经验。

（四）预计能提供的效益

公司预计为社会提供一种广泛用于临床医疗和生命科学研究、精度高、实用性广、价格低廉的微量注射泵,改善现有微量注射仪器行业的一些不足,甚至填补该行业上存在的一些空白,提升我国医疗仪器行业的层次,造福百姓,创造良好的社会效益。

同时,由于公司产品的市场竞争力,预计为投资商提供一定的投资回报和投资收益,为公司创造良好的经济效益。

三、经营理念

(一) 基本信条

我们专业 我们创造价值

(二) 做事模式

团队协作 集思广义

(三) 创业精神

创意 100 满意 100 服务 100 挑战 100

创意 100

创新是企业发展的源动力。在达成某一具体目标时,能根据外界的变化修正调整自己的方式和方法,为公司的发展提供创造性的、新颖的、变革性的建议和解决方案。

满意 100

不断的创新,研究出更好服务人类的医疗仪

器。

服务 100

具有强烈的自我责任心和服务意识,为了使人类生命更健康,坚持不懈的克服工作中遇到的任何困难和压力。

挑战 100

挑战变化,培养超越自我的意识,不满足已有的成绩,勇于在工作和生活中为自己设定更高的目标。

四、市场发展的走势

现阶段影响我国医疗器械产业发展的因素很多,市场上对该领域改革的呼声很大,不少专家对此提出了很多合理性的我建议:①国家制定一些税收、信贷等优惠政策。欧洲和日本的医疗器

械行业是作为福利行业进行扶持的,我国可以借鉴参考;②要在政府采购政策上给予相应的扶持。在同等条件下应优先采购国内医疗器械产品;③建立和健全医疗器械方面的标准认证体系,加强认证力度,争取早日与国际标准接轨;④加大宏观调控力度,把面广量大的医疗器械作为发展重点,通过调整医疗器械产业、产品和企业组织结构,鼓励企业联合兼并,实现规模经济,以提高生产集中度和市场占有率等。

五、销售战略

(一) 市场划分

根据客户需求分析,我们对目标市场进行了进一步的划分,根据不同规模、不同地域、不同

需求将制定不同的营销计划。

其中,我们拟将以淮南作为本公司的一级市场。选择这个区域的原因:本公司所在地位于湖南本地,由于创业初期,资金不足,所以公司的业务以本地为主,一方面利于销售,另一方面可以有效减少成本。

二级市场定为江苏、湖北、以及东南沿海等地,通过产品的深度开发不断提升企业品牌和扩大市场占有率。该阶段的目标是成为电子医疗行业中的较强企业。勇者将通过技术领先,制定行业技术标准,并辅以转让、合作、品牌推广等手段,获得良好的经济回报和社会效益,从而实现公司的高速成长。

我国其余各地为三级市场,待企业成长迅速、机遇出现、市场成熟时进行下一步市场拓展。

（二）销售模式

根据各地区市场在企业总体目标市场中的重要性以及前中后期不同的经济实力,我们将灵活地选用两种不同的销售渠道,即直销模式和代理商模式。

1、直销模式

专业产品推广,完成新产品销售任务,收集市场状况,包括竞争品和替代品状况,进行适度市场预测,熟悉了解其他品牌客户,作为储备客户,了解并记录客户需求动向,为公司新产品开发提供信息与机遇,执行新产品销售政策与促销政策,帮助煤矿企业进行可行性分析和效益评估,签订购买合同,送货上门,配合总部进行产品推广,维护客户关系,提高客户忠诚度,精耕市场,进一步深化客户管理,确保市场覆盖率。

同时配合一定的促销,建立品牌偏好,鼓励购买者转向公司品牌,说服客户马上购买,辅助直销人员推销产品进入市场。

公司产品采用的是高科技新技术,因此在产品导入市场的前期采用宣传性推销配合直销的方式比较合理,也有利于公司形象的树立。我们可以利用产品中试阶段的试点企业树立产品信誉。例如一定的公关活动,在公司筹建之初开始公关工作,有助于提高公司知名度,产品可信度,辅助建设销售渠道的建设;在重要市场承办大型的相关领域学术交流会、研讨会;与媒体联合开办各种专题讲座;开通免费咨询电话等等。

2、代理商模式

代理商模式主要针对企业发展到一定规模,单一的直销模式已经不能满足企业的需要。这主

要针对于以下考虑：

①企业设立前期财力、人力和物力有限,难以在全国实施直销模式；

②各地的代理商有着稳定和顾客群和销售网络,企业可以依靠他们迅速打入市场。同时发展一定的公共关系,公共关系对象:政府部门、高校、企业、新闻媒体、公众及公司内部员工。

(1) 公关方案

本公司根据高校及企业不同活动的集聚特征,分阶段进行主要的公关活动,比如:

①在节日期间,多采用公益广告、贺岁广告的形式,可给主要顾客群发送电子贺卡等形式及赞助高校的一些节日活动；

②在招聘、应聘高峰期,与政府部门,高校合作召开人才双向交流会；

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/705324242240011313>