# 销售人员第90届CMEF深圳秋季展

# 展会现场拜访SOP

## 展会拜访前期准备

### 1.1展会拜访计划表

本次展会时间为：2024年10月12日—10月15日
提前做展会拜访时间及事项计划，明细如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 日期 | 事项 | 备注 |
| 10月12日9:00-17:00 | 1.开馆前及时到达展馆。2.进入展馆后，迅速拿到观展指南或参展商名录。3.根据展馆图安排观展计划，重点关注生产企业展位。4.迅速逛展位，抵达各展位，获取企业信息、联系方式及关键人信息，加微信。5.展会结束总结及客户信息归档录入飞书。 | 重点收集企业信息、联系方式及关键人信息。（扫馆间隙，关注各个主题论坛区域，加入各个主题论坛群） |
| 10月13日9:00-17:00 | 1.开馆前及时到达展馆。2.进入展馆，继续逛尚未扫馆的区域，重点关注生产企业展位。3.获取企业信息、联系方式及关键人信息，加微信。4.展会结束总结及客户信息归档录入飞书。 | 重点收集企业信息、联系方式及关键人信息。（扫馆间隙，关注各个主题论坛区域，加入各个主题论坛群） |
| 10月14日9:00-17:00 | 1.开馆前及时到达展馆。2.进入展馆，按照展馆图，重点关注第三方服务机构（包括CRO同行、检测机构、公告机构）、产业园区、行业商协会、高校研究机构。3.获取企业信息、联系方式及关键人信息，加微信。4.展会结束总结及客户信息归档录入飞书。 | 重点跟进在第三方服务机构、产园区、行业商协会、高校研究机构等沟通交流的人，可能是精准目标客户。 |
| 10月15日9:00-16:00 | 1.开馆前及时到达展馆。2.进入展馆，按照展馆图，重点关注第三方服务机构（包括CRO同行、检测机构、公告机构）、产业园区、行业商协会、高校研究机构。3.获取企业信息、联系方式及关键人信息，加微信。4.展会结束总结及客户信息归档录入飞书。 | 重点快速扫馆，获取名片，加微信 |

### 1.2展会拜访前**注册**登记

参与展会现场拜访人员，应于2024年10月11日下班前，完成展会门票注册登记，获得观展码。

### 1.3展会拜访**物料**准备

1.3.1名片：参与展会拜访人员，于9月30日（国庆节放假前）前，将名片信息发给行政部玉姐，由玉姐安排制作个人名片。

1.3.2公司及产品介绍：蒋颖和陈俊明，于10月10日前，整理编写完成公司及服务产品介绍文字内容，发给杨总确认并统稿。

## 二、展会拜访过程执行

### 2.1生产企业客户开拓SOP

2.1.1获取联系方式

优先获取生产企业高管人员联系方式，研发总监、销售总监、副总经理甚至总经理等人员名片、加微信。

2.1.2 沟通前准备

根据展品，了解同类产品、查询企业及竞品同行信息；观察企业可能的关键人，接触关键人并获取名片、微信等联系方式。
2.1.3沟通切入话术：
开拓话术一：

1.开场白：

您好，我这边是做医疗器械行业CRO服务的。我们专注于为生产企业提供：临床试验、全球法规注册、质量体系咨询、全球创新申请等服务。请问贵司的法规质量方面，是哪位同事在负责呢？

2.挖掘需求：
我看到咱们的XX产品，今年上半年出口欧盟和一带一路出口量还挺多的，不知道咱们有没有做海外的计划呢？

3.产品与优势介绍：
服务简短介绍：关于注册业务方面：国内，我们有丰富的国内二类、三类，进口二类、三类的注册经验；海外，我们已经有欧盟（爱尔兰）、美国、澳大利亚、加纳（西非）、新加坡、越南、香港等区域的分子公司，可以具体开展当地的注册及当地代表业务。临床试验方面，我们可以开展临床试验全链条服务，包括临床试验前的方案设计、调研、试验中心安排，临床试验中的CRA、CRC，临床试验结束之后的临床数据统计分析报告、临床试验报告，以及和临床试验相关的同品种比对、欧盟CE认证CER等。

优势介绍一：创始人
我们公司的创始人杨龙先生，是从迈瑞出来的，02年进的迈瑞，11年从迈瑞离开，是迈瑞从几百人发展到上万人规模的环境十年，是迈瑞以前的技术总监和法规质量总监，具有非常丰富的质量法规、产品研发实战经验。可以给到贵司更全面的行业建议，帮助贵司少走弯路。
优势介绍二：丰富产品及服务经验
我们公司从11年成立至今13年，一直深耕于CRO咨询服务，已经形成了非常全面而有经验丰富的临床试验、全球法规注册及质量体系的专业团队。这13年来，已经成功帮助上千家企业，获得国际国内注册证；拥有非常丰富的二类、三类、创新申请的实操经验。如果能与贵司合作，将为贵司带来专业系统的一站式服务。
4.缔结联系：
XX经理/XX总，展会期间您这边也会挺忙的，咱们先加个微信，会后我们再进一步联系。/回头您也推荐一下咱们公司的法规负责人给我，咱们多些交流。

开拓话术二：

1.开场白：
您好，我看到咱们这个产品，今年上半年的出口数据还不错，咱们有做国际市场吗？
2.挖掘需求：

我这边是做医疗器械行业CRO服务的。我们专注于为生产企业提供：临床试验、全球法规注册、质量体系咨询、全球创新申请等服务。不知道法规注册这一块，要和贵司哪位联系呢？
3.缔结联系：

咱们先加个微信，我也把我们公司的相关介绍电子发给您，后续再找个时间到贵司拜访。

### 2.2检测机构、公告机构客户开拓SOP

2.2.1获取联系方式：

优先获取检测机构、公告机构、高管人员名片、加微信。

2.2.2 沟通前准备：

根据展位信息，了解机构的大体业务。
2.2.3沟通切入话术：
开拓话术：
1.开场白：
您好，我这边是做医疗器械行业CRO服务的，公司2011年成立，到现在已经为大量医疗器械企业提供专业的一站式服务；我们公司的创始人杨龙先生是从迈瑞出来的，在迈瑞10年，有非常丰富的医疗器械行业服务经验。不知道贵司的负责人有没有在展会？
2.缔结需求联系：

我们与很多机构，比如：华测检测/SGS/TUV南德都有战略合作，我们的业务与贵司不冲突，咱们也可以联合一起，为我们的企业提供更全面的服务。咱们先加个联系方式，后续咱们进一步沟通。

### 2.3产业园区、行业商协会客户开拓SOP

2.3.1获取联系方式：

优先获取产业园区、行业商协会负责人名片、加微信。

2.3.2 沟通前准备：

了解是具体是哪个地区的医疗器械产业园区、商协会，大体评估是否有配套服务，针对性往海外法规服务方面引。
2.3.3沟通切入话术：
开拓话术：
1.开场白：
您好！我这边是做CRO服务的，已经做了13年的医疗器械行业服务。特别是海外注册拿证和临床试验方面，有非常丰富的经验。咱们园区/协会的服务人，今天有到展会吗?
2.挖掘需求：
不知道贵园区/协会，有没有给企业提供国际法规方面的服务呢？
我们公司经过13年的沉淀积累，我们已经形成了非常系统的服务，涵盖：课程培训、法规模版、临床试验、法规注册申报等方面。咱们可以进一步联系一下，在海外法规方面可以给到咱们园区/协会的企业提供专业的国际法规服务。
3.缔结联系：

XX总，咱们先加个微信，后续我也将我们公司的相关介绍发给您。会后，咱们可以进一步联系，为咱们的园区/协会的企业，做好国际法规的配套服务。

## 三、展会拜访总结及后续跟进

### 3.1.展会拜访**当天**总结

展会拜访人员，应根据当天的拜访情况，将过程和结果，形成当天展会拜访总结，并更新至“龙德商务及销售销售知识库”开拓客户总结中。
具体包括：1.展会拜访企业名单；
 2.拜访接触的人员、职位及联系方式（名片、微信）；

1. 具体沟通的内容；
2. 可能的意向项目或下一步跟进计划。

（以上内容，通过Excel表整理完成，并发到飞书“销售业务部内部”沟通群）

### 3.2.展会拜访**开拓**客户信息归档

展会拜访人员，应于拜访结束当天，及时更新展会开拓客户信息至飞书“龙德商务及销售知识库”项下“客户及销售跟进汇总表中”，并针对有意向客户信息及意向项目，更新至“项目线索及跟进汇总表”。

### 3.3展会**结束**评估总结

展会拜访人员，应于展会结束后一周内，形成展会期间拜访客户情况总结，并更新至飞书“龙德商务及销售知识库”项下“开拓客户总结（包括外出和内部会议）-客户拜访开拓总结”中。
包括：总体拜访了多少家客户，其中：医疗器械企业客户多少家，检测机构/公告机构多少家，产业园区/行业商协会多少家，接触的人员及沟通详情。

### 3.4持续跟进新开拓客户

展会拜访人员，应于展会结束后两周内，根据展会期间收集到的客户名单，通过电话和微信方式等方式与客户跟进联系，推进合作意向及锁定企业关键人员。

