（医療機器・医療関連営業（メディカル）のサンプル)

職 務 経 歴 書

20xx年xx月xx日現在

氏名　○○ ○○

■職務要約

大学を卒業後、株式会社○○○○○へ入社。医療機器の営業担当として、主に手術や処置で使用する心臓カテーテルを扱い、外科への提案営業に従事。医療センターや大学病院を中心に約xx施設を担当し、新規提案営業と既存施設のフォローを行っています。ドクターや看護師に向けてのセミナーなどを実施し、使用上のアドバイスから安全面や管理方法までご案内することで、自社製品のシェア拡大に貢献しました。

■職務経歴

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 20xx年xx月～現在　　株式会社○○○○○ | | |
| 事業内容：医療機器製造販売業  資本金：x億x千万円（20xx年度）　売上高：xxx億円  従業員数：x,xxx人　上場：東証一部上場 | | 正社員  として勤務 |
| 20xx年xx月  ～  現在 | ○○営業所　／　○○部 | |
| 【業務内容】  ○○県を中心とした、医療機関を約xx施設担当。担当エリア内の既存顧客フォローと新規開拓を実施。  【取扱製品】  心臓カテーテル  【担当エリア】  ○○県  【担当医療機関】  ○○市大センター（xxx床、症例数xx件）、○○市立○○病院（xxx床、症例数xx件）  ○○総合病院（xxx床、症例数xx件）  その他、大学病院分院・基幹病院を含む約xxxカ所  主に外科を担当  【活動スタイル】  新規（xx％）：訪問営業、電話、勉強会の実施  既存（xx％）：定期的な情報提供、追加提案、アフターフォロー  【主な実績】  20xx年度　売上xxx万円（予算達成率xxx％）  20xx年度　売上x,xxx万円（予算達成率xx％）  20xx年度　売上x,xxx万円（予算達成率xx％）  20xx年度　売上x,xxx万円（予算達成率xxx％） | |

■PCスキル

|  |  |
| --- | --- |
| Word | 報告書、見積書、礼状などの社内外文書が作成できるレベル |
| Excel | 関数の使用やデータが作成できるレベル |
| PowerPoint | 会議資料の作成が作成できるレベル |

■資格

|  |  |
| --- | --- |
| 普通自動車第一種運転免許 | 20xx年xx月取得 |
| TOEIC Listening＆Reading Test xxx点 | 20xx年xx月取得 |

■成功事例

○○総合病院（病床数：xxx床）にて診療看護師と協力し、自社製品の拡販に成功

状況：○○総合病院は自社製品のカテーテル使用実績はあるものの、競合他社のシェアが80％と大半を占めていた。

課題：診療看護師を何度も訪問し話を聞く中で、シェアが伸びない理由が、過去使い慣れない医療機器を使用した際に

医療事故が発生したことがあり、使用実績が豊富な競合他社の製品を使用することが多いことが分かった。

行動：シェア拡大のため下記を3点を実施。

1. 診療看護師との協力関係の構築

管理まで担当する診療看護師に現場での使用感や、競合他社との違いをヒアリング。また、管理方法についての勉強会も看護師の協力を得て実施した。

2. 安全対策の実施

安全対策のためにテストを実施し、テストを通して自社製品の要点がつかめるよう制度を整えた。また、定期的に自社製品を使用するドクターが代わるため、訪問回数を増やし、ドクターに対して使用上のアドバイスを強化した。

3. セミナーの実施

研修指導医に協力してもらい、研修医やドクターを対象としたハンズオンセミナーを定期的に実施することで、手技の品質を担保。また、カテーテル挿入の前後については、看護師も対象とした説明会を実施しフォローを行った。

結果：セミナーや説明会を実施してx年後、自社製品の使用量はx倍となり、○○総合病院での自社製品のシェアが30％上昇。近隣施設でもセミナーの依頼があり、自社製品の拡販に貢献。

■自己PR

＜社内外の方々を巻き込む推進力＞

担当施設へアプローチをかける際は、まずドクターや看護師にヒアリングを行って現状の課題を抽出。自社製品で解決できることやメリットなどを施設内の1人でも多くの方に知っていただきたい旨をお伝えし、1人では達成できない勉強会などの実施に協力していただいています。結果的に、自社製品の認知度を施設内で高め、採用頻度が上がりシェア拡大に貢献しました。

＜ヒアリングや日々の情報収集力＞

ヒアリングはドクターだけではなく、ほかにも看護師などあらゆる部門の方々に行い、顧客が課題に感じていることだけでなく、競合他社の動向についても情報収集しています。また、競合の情報や顧客の悩みを把握することで、医療現場におけるニーズが何かを正しく理解し、製品のPRだけではなく、自社が提供できる付加価値として情報提供や手技のアドバイスなどを徹底して実施しています。

以上