

# これからの見せ方 商談につながる写真リスト

臨床現場とのつながりを強調する  
飛躍的に商談を組みやすくなる

自社技術の応用例を見せる  
できるだけ医療に近いところ  
(医療機器の部品や試作品)

企業名	ポイント				
<p>1 株式会社 ○○○○○○</p> <p>○○○○○○○○○○○○○○○○○○</p> <p>○○○○○○○○○○○○○○○○○○</p> <p>○○○○○○○○○○○○○○○○○○</p> <p>○○○○</p>	<p><b>医療機関との連携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●●●大学病院●●●診療科 (内視鏡手術用鉗子)</li> <li>○○○大学病院○○○診療科 (超音波用プローブ)</li> <li>▽▽中央病院▽▽診療科 (インプラント)</li> <li>■●●クリニック (吸引器)</li> </ul>	<p>自社技術の 応用例</p>	<p>自社技術の 応用例</p>	<p>自社の 基盤技術</p>	<p>仲間の 技術</p>

自社の基盤となる技術を強調する  
(ものづくりの原理、その応用力)

仲間の技術を見せる  
(自社とセットで使われる技術)  
※刃物、金型、表面処理、材料

## 頭の体操

製販ドリブンモデルを前提にする場合、まずは、  
ものづくり企業は**技術の伝え方**を追及

### 1 役割分担を強くイメージする

ものづくり側は  
「**こんな技術がある**」と伝える役割



### 2 自社技術の良さを伝えるプロフェッショナルになることを意識して「伝え方」を徹底的に追及。自分を最もよく理解しているのは自分であり、自分が伝えない限り誰も伝えてはくれない。

## 検討方法の例

# 伝える力は 伝える中で培われる

- 医工連携に積極的な製販企業の協力を得て、製販企業に自社技術をPRし、その感想を聞く(伝える方のヒント)
- 複数の製販企業の協力を得られれば、伝え方が見えてくる

