# 最新医院营销工作计划最新(5篇)

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2024-06-25

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。医院营销工作计划最新篇一医院营销策划部在医院...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**医院营销工作计划最新篇一**

医院营销策划部在医院整个职能系统中应该充当一个什么角色，如何定位，这对于营销部有效地发挥职能作用是十分重要的，因此，我们对营销部的职能定位是：战略规划、市场拓展、品牌推广、客户管理、科室指导、服务培训。其主要任务是：

1、战略规划：充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威胁进行分析，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院领导的经营管理决策提供依据，做好医院领导的参谋和助手。

2、市场拓展：通过拜访客户、市场调研等多种形式积极拓展市场，增加医院客户量，提高客户忠诚度。通过引进先进的医疗技术、设备和资金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或其它相关项目的合作，提高医院市场占有率。

3、品牌推广：与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断提高医院的社会声誉和品牌形象。

4、客户管理：建立重点客户档案(包括团体与个人)，做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加强大客户的营销关系管理，提高与大客户的关系层级，形成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完善、全面、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医生和护士运用数据库对到院顾客开展全程服务与管理工作，形成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，消灭服务盲点，提高顾客对医疗服务各环节的满意度。

5、科室指导：经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，缩短客户等候时间等。

6、服务培训：做好医护人员和其他人员的营销培训，配合相关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，提高全员营销水平。

根据以上职能定位，将制定营销部工作职责范围和相关制度，今后营销科将按照职责范围规定，规范化地开展营销工作。

整合营销是指对各种可以利用的营销手段进行有效的整合，以提高营销效果。我们要采取有效措施加大医院品牌的推广力度，在不断提高医院知名度的同时来提高医院的美誉度。具体要做好以下几项工作：

1、做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的有关工作，让的群众了解医院，认识医院。

2、积极主动的与有关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的联系，在行业内的媒体上刊登文章，在学术会议上交流文章，尽可能多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。

3、积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增加经济负担的情况下，主办或者协办有关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。

4、按照医院明确优势项目，打造品牌科室的思路，做好医院品牌科室、重点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专业。

5、引导专家认识扩大自身知名度和奠定学术地位的重要性，营销科要与业务部门紧密配合，增加我院专家在各种公开场合的露面机会，尽可能创造条件让他们成为不同层次学术团体的专业委员，本专业学术刊物的编委，政府或社区有关健康委员会的委员等，如果我们能做到提到某个专家的名字就知道了我们医院，或者提到了我们医院就能知道某个专家的名字，那正说明我们的医院和专家都有了品牌形象。

6、要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展健康教育促进行动，有针对性地开发一批健康教育课程，并和宣传我院特色与优势有机地结合起来。由营销部负责课程联系与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断扩大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医生确定课程名称制作课件确定课程，建立健康课程菜单营销科和保健科向客户推荐举办讲座。

营销部人员要对本市其他医院的营销与客户服务情况进行情报搜集，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。对照我们的运作办法，与所了解到的情况进行对比分析，积极吸收兄弟医院的好做法好经验，不断改进我们的工作。在全面调查了解的基础上，要写出调查报告呈交院领导，并在适当的范围内做分析报告。具体安排为一季度内对海珠区所有医院进行调查了解，二季度对市内大型医院调查了解，三季度有选择的对市内其它医院进行调查了解，四季度做出总结报告。

医院客户关系管理是指医院运用信息技术，并通过充分的交流与沟通，获取、保持和增加可获利客户的营销过程。客户关系管理通过将人力资源、医疗业务流程与医学专业技术进行有效整合，最终可以使医院以更低的成本，更高的效率满足客户的需求，从而让医院限度地提高客户满意度及忠诚度，挽回失去的客户，保留现有客户，不断发展新的客户，发掘并牢牢地把握住给医院带来价值的客户群。客户关系管理是医院营销管理的核心，我们要建立客户数据库，对不同客户进行分层次管理。数据库营销是指通过搜集和积累客户大量信息，经过处理，准确掌握，确定目标客户群，使促销工具具有针对性的营销策略。

**医院营销工作计划最新篇二**

人们都说三分治疗，七分护理，句话虽然并不十分准确，但却反映了护理工作的重要作用和地位。护士对人民的健康做出了积极贡献，从而受到了社会的尊敬，被誉为白衣天使。2024年这新的一年，我们的护理工作也应该走上新的台阶，特制订：

(一)、按护士规范化培训及护士在职继续教育实施方案抓好护士的三基及专科技能训练与考核工作

1、重点加强对新入院护士、聘用护士、低年资护士的考核，强化她们的学习意识，护理部计划上半年以强化基础护理知识为主，增加考核次数，直至达标。

2、加强专科技能的培训：各科制定出周期内专科理论与技能的培训与考核计划，每年组织考试、考核xx次，理论考试要有试卷并由护士长组织进行闭卷考试，要求讲究实效，不流于形式，为培养专科护士打下扎实的基础。

3、基本技能考核：属于规范化培训对象的护士，在2024年内xx项基本技能必须全部达标，考核要求在实际工作中抽考。其他层次的护士计划安排操作考试一次，理论考试二次。

4、强化相关知识的学习掌握，组织进行一次规章制度的实际考核，理论考试与临床应用相结合，检查遵章守规的执行情况。

(二)、加强人文知识的学习，提高护士的整体素养

1、组织学习医院服务礼仪文化，强化护士的现代护理文化意识，先在护士长层次内进行讨论，达成共识后在全院范围内开展提升素养活动，制定训练方案及具体的实施计划。

安排全院性的讲座和争取派出去、请进来的方式学习护士社交礼仪及职业服务礼仪。开展护士礼仪竞赛活动，利用护士节期间掀起学礼仪、讲素养的活动月，组织寓教寓乐的节日晚会。

(三)、更新专业理论知识，提高专科护理技术水平。随着护理水平与医疗技术发展不平衡的现状，各科室护士长组织学习专科知识，如遇开展新技术项目及特殊疑难病种，可通过请医生授课、检索文献资料、护理部组织护理查房及护理会诊讨论等形式更新知识和技能。同时，有计划的选送部分护士外出进修、学习，提高学术水平。

(一)、年初举办一期院内护士长管理学习班，主要是更新管理理念、管理技巧及护理服务中人文精神的培养，当今社会人群对护理的服务需求,新的一年护理工作展望以及护士长感情沟通交流等。

(二)、加强护士长目标管理考核,月考评与年终考评相结合,科室护理质量与护士长考评挂钩等管理指标。

(三)、促进护士长间及科室间的学习交流，每季组织护理质量交叉大检查，并召开护士长工作经验交流会，借鉴提高护理管理水平。

(一)、继续实行护理质量二级管理体系，尤其是需开发提高护士长发现问题，解决问题的能力，同时又要发挥科室质控小组的质管作用，明确各自的质控点，增强全员参与质量管理的意识，提高护理质量。

(二)、建立检查、考评、反馈制度，设立可追溯机制，护理部人员经常深入各科室检查、督促、考评。考评方式以现场考评护士及查看病人、查看记录、听取医生意见，发现护理工作中的问题，提出整改措施。

(三)、进一步规范护理文书书写，从细节上抓起，加强对每份护理文书采取质控员护士长护理部的三级考评制度，定期进行护理记录缺陷分析与改进，增加出院病历的缺陷扣分权重，强调不合格的护理文书不归档。年终护理文书评比评出集体第一、二、三名。

(四)加强护理过程中的安全管理

1、继续加强护理安全三级监控管理，科室和护理部每月进行护理安全隐患查摆及做好护理差错缺陷、护理投诉的归因分析，多从自身及科室的角度进行分析，分析发生的原因，应吸取的教训，提出防范与改进措施。对同样问题反复出现的科室及个人，追究护士长管理及个人的有关责任。

**医院营销工作计划最新篇三**

以医疗工作为中心，以提高医疗技术水平、强化医疗服务质量、注重人才开发培养、加强医院科学管理为重点，积极探索新的经营模式，群策群力，团结协作，力争x至x年内建立具有一定的经营规模、功能完善、环境优美、设备齐备、管理规范、技术精湛的二级甲等医院，建设一支结构合理的稳定的人才梯队，实现经济效益目标年收入xx万以上。

1、实施人才开发战略，加快人才队伍建设

建立医院医技人才培养机制和竞争激励机制，重视继续教育，营造积极向上的学习氛围，鼓励开展各种形式的学术活动，达到人才特长得以充分发挥、学有所用、学以致用的目的，保持医疗技术队伍的相对稳定，建设一支结构合理的人才梯队。

2、加快重点学科和专科建设

根据医院现有的设施设备、人才技术情况、综合分析赣南医疗市场信息，坚持技术建院、科技兴院、以人为本的原则，秉承“诚信、品牌、微创、效益”的办院方针，制定较为完善的重点学科建设规划和实施方案，按计划目标逐步完成重点学科和特色专科建设。根据我院具体情况特色专科效益科室有：妇科、产科、不孕不育科、男性科、肛肠科等，以无痛人流、宫腹腔镜联合微创手术、微管介入手术等作为突破点以带动上述特色专科的全面发展。品牌科室有：心脑血管内科、泌尿外科、眼耳鼻喉科、普外科等，在廖建贤、蒋叔凯等学科带头人的带领下以取得经济效益为目标重点实现社会效益。

3、引进高精尖医疗设备及技术

走“小综合、大专科”的发展路子，重点专科做大做强，做到人无我有、人有我精，根据医院客观情况，不断加强硬件设施建设，在专科领域形成技术优势，不断加强品牌建设。

4、深化医院经营管理工作

按照现代医院的经营管理模式进行运营，积极探索新的经营模式，转换经营机制，全面推行成本核算，完善目标管理责任制，认真搞好科室收入的财务分析，认真执行各项财务制度实行计划及预算管理工作。实行院科两级核算。

5、加强后勤队伍建设，做到保障有力

合理配置后勤服务资源，建立一支结构合理、功能齐全、保障有力的后勤保障队伍，以“优质、高效、低耗、快捷”为目标，不断提高后勤保障能力，为临床一线科室做好后勤保障工作。

6、加强医院文化建设，树立核心价值观，增强团队凝聚力

坚持职工培训制度，通过各种形式的学习和交流，统一思想认识，树立核心价值观念，使企业员工不断增强主人翁意识，达到视医院为家的境界，不断增强团队凝聚力。同时进行细节管理和漏洞管理，完善各项规章制度，达到人人自觉遵守规章制度的目的。牢固树立“院兴我荣、院衰我耻”的思想，群策群力，不断提高服务水平和服务质量，使病人的满意度不断提高，创造良好的经济效益和社会效益。

(一)一个中心

医院始终坚持以病人为中心，牢固树立全心全意为病人服务的思想，努力改善服务态度、提高服务质量，满足广大患者的医疗需求。

(二)构建高素质的人才队伍

人才问题是医院竞争的核心问题，医院既要培养一支医德高尚、技术精湛、善于合作的专业技术人才队伍，又要培养一支会经营、善管理的人才队伍，实现人才管理的科学化、制度化和目标责任化。

(三)完善管理体系

完善院科两级目标管理责任体系，搞活用人机制，通过目标责任书，加强对科室的管理，以达到激励科室、促进医院发展的目标。完善医疗质量管理体系，以医疗质量为核心，以病案管理为中心强化质量意识，加强工作责任心，完善二级质量控制组织和质量评价体系，实施全员全程全面质量管理。完善成本核算体系，强化经营理念、市场意识、坚持质中取胜、量中增收的原则。推行全成本核算，进行成本量化管理，切实降低医疗成本。加强医保费用管理，积极推行单病种费用控制方法，做到合理检查、合理用药、合理收费、降低病人医疗费用，减轻病人负担。

(四)推行创新机制

进行院体制改革，深化人事、分配制度改革，创新人事、分配、人才激励机制。进行技术创新，通过各种激励机制鼓励和支持开展科研、新技术、新项目。进行管理创新，坚持“以人为本”原则，创造和优化一个宽松和谐、安全稳定的内外部环境，实现医院人、财、物及各种资源科学合理有效整合配置，使其发挥效益。

四、实施措施：

(一)以“二甲医院”为我们行动的指南

用x年时间完成医院“一个品牌、两个队伍(专家技术队伍、经营管理队伍)、三个基础(医院管理模式基础、医院文化基础、医院优势项目基础)”的长期发展目标，强调医院要有“跨越式”发展的思维，从而实现我院成为“二甲”医院的发展目标。

(二)坚持以制度治院，以德治院，加强制度建设

坚持以“制度治院、以德治院”二者相辅相成、相互促进。建立符合医疗法律、法规、规章，符合医院发展要求的规章制度，并在实践中严格遵守，要克服“有章不循、有令不止”的做法，防止工作中的盲目性和随意性。

(四)加快人才培养步伐、积极开展技术协作交流

医院的竞争，关键是人才、技术的竞争，因此医院要采取各种形式，加快人才的培养和引进，并积极与集团其它医院开展技术协作交流，提高医院医疗技术，增强医院竞争力。强调从医院领导层做到在医院形成“尊重人才、爱惜人才、使用人才、培养人才”的风气，在工作、生活等方面予以关心和帮助，用“心”留住人。同时加大人才引进工作，创造条件，引进医院急需的人才，用多种方式形成医院技术专家团队。

(五)坚持以医疗质量为核心

医疗质量是医院立院之本，是医院的生命线。要不断强化质量意识，建立以医疗质量为核心的管理体系，建立正规的医疗秩序，培养科学严谨的医疗作风，认真落实医疗规章制度，严格按照医疗诊疗常规和操作规范从事医疗活动，减少医疗纠纷，杜绝医疗事故的发生，确保医疗安全。

(六)加强医院文化建设，稳定职工队伍建设

现代医院的发展离不开医院文化的内涵，它形成全院职工积极向上、团结一致、爱院如家的精神风貌。医院文化建设对我院来讲是一个薄弱的环节，在发展医院的同时，应努力协调好方方面面的关系，营造稳定和谐的工作生活环境，关心职工生活，改善职工的福利待遇，稳定职工队伍。医院的各项工作要体现和强调“以人为本”，特别是医院管理层要用“心”对待每一位职工，全院职工用“心”对待每一位病人。

(七)增强全院营销意识

民营医院信誉的缺失，公立医院企业化改制及其营销意识的觉醒，将是我院面临的真正威胁。医院的生存与发展空间及前景将取决于市场经营是否出色。考虑我院的社会知名度较低以及市场导入阶段的因素，为尽快被患者和市场接受，价格指数的相对低价是必要的。但关键要把综合门诊科室的营销机制建立健全，把各单项病种的技术及消费层次拉开并形成系列“就医套餐”，这样也可以在不影响医院信誉度的前提下尽可能地提高单病种的价格指数。由于技术是无差异的，消费者可能模糊不清、拿不定主意，导致最终接受的原因可能完全是他们对某一医院名称的偏爱--因此，在广告策划上，我们应该注意对医院形象的包装。

民营医院必须不断适应医疗市场环境，才能求得生存和发展。因此，必须有效发挥宣传工作在民营医院发展中的作用。印刷媒体是目前我院宣传的主要形式。我院先后通过报纸、杂志、其他印刷品等介绍医院的人才、设备、技术、服务和医院的发展动态。

**医院营销工作计划最新篇四**

2024年我院将继续以xxx重要思想为指导思想，继续深入学习和贯彻xxx的方针政策，与时俱进，认真完成上级部门下达的各项任务，继续发扬我院治病救人、救死扶伤的人道主义精神。今年我院将围绕狠抓医疗服务质量、加强疾病的控制和防疫、强化社区卫生服务、添置更新设施设备等方面为重点来开展工作，现将2024年工作作如下安排：

2024年我院将狠抓医疗服务质量，建立医疗质量管理委员会，在院内开展医疗质量评比，并定期将评比结果公示上墙，接受全院的监督，加强“三基”“三严”培训，加强《职业医师法》、《医疗事故处理条理》的学习，树立医务人员的责任感，不断地提高医疗技术，完善自我。继续推进“放心药房”工程。加大力度宣传我院特色中医科，充分发挥名老中医的作用。加强医务人员的业务水平，病历书写质量，对每台手术都要做到术前讨论、术中配合、术后总结，杜绝医疗责任事故的发生。加强医院感染管理工作，建立重大医疗过失行为报告制度，完善医疗纠纷、医疗投诉处理办法，减少医疗纠纷、医疗事故的发生。

1、疾病的预防保健，特别是妇幼卫生保健对非传染慢性疾病如心脑血管疾病，恶性肿瘤等要以预防为主，防治为辅，大力加强非传染慢性疾病的预防、治疗及患者在日常中的保健。我院的妇幼卫生工作仍坚持以保健为中心，以保障生殖健康为目的的工作方针，认真贯彻实施《母婴保健法》全面实施《两纲》，围绕降低孕产妇死亡和x岁以下儿童死亡为今年妇幼卫生工作重点，继续加强孕产妇的系统管理和儿童的系统管理，全面普及新法接生，提高住院分娩率，减少产后出血，高褥热及新生儿破伤风，新生儿死亡率的发生，确保母子平安，促进方案，范文库欢迎您采集母乳喂养，使四个月内婴儿纯母乳喂养率达到xx%以上。今年我院将继续对辖区内xxx岁育龄妇女分批进行普查普治，为广大妇女做好生殖保健服务。

2、继续推进计划生育工作我院将继续贯彻实施《中华人民共和国人口与计划生育法》及《xx市生育条例》，坚持有证检查、有证生育、有证手术，严格执行手术常规，提高计划生育手术的质量，减少结育手术并发症，严格禁止出假手术、假证明，做到计划生育宣传上墙服务。

3、加强计划免疫工作，创建预防接种示范门诊继续深入学习“xxx精神，规范免疫接种门诊，提高计划免疫接种质量和接种率，继续加强预防接种管理制度，对接种儿童进行仔细询问核对，严格掌握疫苗的禁忌症，对不符合接种的儿童进行缓种，加强生物制品的管理，做好各类疫苗的领、用、存记录做到帐苗相符，严格掌握各疫苗存放的温度，坚持每日实事求是填写冰箱温度记录，严格执行安全注射操作规程，对各种疫苗实行分室接种，杜绝错种、漏种、重种，避免接种反应的发生。今年我院预防接种门诊不再限于每月的xx日，只要在工作时间内，随时可以进行预防接种，这样将极大的方便广大父母和儿童。我们将不断提高服务质量，完善各项设施，克服一切困难，争创xx市预防接种示范门诊。

社区卫生服务继续坚持以健康为中心，家庭为单位，社区为范围，要求为导向。继续坚持以妇女、儿童、老年人、慢性病人、残疾人等为重点。今年将进一步加强社区卫生服务建设工作，切实做好社区居民的预防、医疗、保健、康复、健康教育、计划生育技术的“六位一体”的基层卫生服务。加强社区医务人员队伍的培训，不断提高医务人员的医疗服务水平，努力达到全科医生的要求。

抵制医疗服务中的不正之风坚决反对医疗过程中的开单提成，收受药品回扣，做到不收受红包，不开搭车药，不推委病人，不开大处方，不吃拿卡要。

今年我院将推行以聘用制为核心的人事制度和分配制度的改革，实行定员定岗，全院聘用上岗，中层以上竞争上岗，向优秀人才和关键岗位倾斜，逐步形成绩效工资制，调动全院的积极性创造性。

理顺财务关系今年我院继续认真贯彻财务管理方面的政策、法规及财务工作管理制度，进一步提高财务工作者的理论水平、业务能力、组织协调能力，做到科室核算及时准确，会计科目准确、数字真实、凭证完整，装订整齐，建立科室收支明细帐。

今年将投入一定资金添置救护车x台，这是我院在急救医疗方面的一项重要举措。淘汰一批陈旧老化的设备，将购置一批高、精、尖仪器设备，提高辅助检查的准确率。由于旧城即将改造，今年我院将切实作好暂时迁院准备。

继续深入贯彻《公民道德建设实施纲要》推进我院卫工作的精神文明、政治文明、物质文明建设，今年我院将积极申报市级精神文明单位。完善医院管理制度，提高工作效率，树立务实高效的良好形象。加强对工青妇的领导，提高离退休同志的政治和生活待遇，切实做好安全和稳定工作，防止重大事故的发生，杜绝各种越级上访事件和集体上访事件的发生，努力维持团结稳定的良好局面。

**医院营销工作计划最新篇五**

为做好营销工作，促进医院的整体发展，现制定医院营销工作计划如下。

医疗质量随着医疗机构的规范化经营，医疗质量也在逐渐提高，民营医院的不良现象正逐渐屏弃。再加上民营医院良好的医疗服务，广大百姓的思想意识已逐渐转变，由原先的抵触到认可，再到现在的接受去民营医院就诊。同时各民营医院也在积极与相关部门协商沟通，争取最多的行政支持，使得民营医院在医疗保险、社会保险等各方面的待遇基本相同，因而医院的就诊人群逐渐增多。民营医疗机构的暗涌竞争相当激烈!

统一管理上在进入新院以后，由于分科更加详细，人员变动较大等实际因素，使得科室与科室之间、医生与护士之间、医生与患者之间、护士与患者之间、院领导与员工之间等的磨合存在一定程度上的沟通不畅和沟通不力，对具体工作存在一定影响。

介入手术量和外科手术量医院的手术量在稳步提升，但远远不能达到目前医院手术室和导管室的需求，部分时间段手术空缺比较严重。在医院各手术量上，市场部在这方面起到很重要的作用，通过市场部的外围联系和市场宣传，全省转诊手术病人数量在一步一步增加，同时随着市场部最近一段时间部分地区新农合转诊协议的签定，转诊病人将可能越来越多。

转诊提成是目前各医疗机构通用的市场争夺方式，但在实际操作过程中区别相当大，种种方式都是为了在积极争取患者，提高门诊量和住院率。与各地相关卫生单位的合作在医保、城镇居民医保、农村合作医疗相继开展的情况下，各医疗机构纷纷行动，花大力气去与之接洽，有的单单位从院长自身做起，与各地相关卫生单位联系，进行公关，最终取得协议的签定。更有甚者是当地卫生主管部门以公文的形式聚集相关合作医院的领导及主管医生，为此单位提供更方面的公关时间和公关基础。

由于我院开展的项目差别，在转诊提成上采取统一费用，这个方式是非常正确的，但是部分检查项目的转诊提成则相对便少，这对门诊检查的转诊非常不利。同时院存在门诊检查的提成不能及时，部分科室对提成存在不满现象。

公关费用是市场部开拓市场所必不可少的，因此费用的使用就成为重大问题，这就要求市场部人员和院方共同配合，才能得到控制和放开的很好结合。但我院在这一方面控制相对比较死，不能灵活运用招待费用，市场人员在与人交流十代表的是整个医院的形象，如果因为存在招待费用这方面的死控制，在具体做事过程中就有可能出现一些弊端。公关费用不能完全控制也不能完全放开，的方法是采取费用提留和直接拨给x种相结合的方法。

周遍社区的广告宣传作为居民最直接的接触方式：小区广告，在宣传上是必不可少的，广告的强制作用能够让居民重复接受和认可，这样在最后的选择上就倾向于我院。宣传单页的发放制作具有针对性的医院就诊指南，在指南中明确写出院治疗科目和检查项目，并标出优惠措施。社区义诊活动的开展联合各小区居委会，定期每周三、六于各社区做循环义诊活动，活动不在于能义诊多少人，重在于做宣传工作，同时在义诊时开具检查单、化验单等，进一步做目标深入工作。开展社区卫生教育工作联合有意向的社区服务中心和社区卫生服务站，开展宣传教育工作，加深居民对医院的认知度和认可度，从而达到来院就诊的目的。

目前市场部开拓的网络医生主要以市、县医院的内科医生为主，在对象上抓科主任或科负责人，这样对医院的网络医生拓展来说具有很大的局限性，因此在进一步的市场开拓上要加大力度。从区域来看，要加大对各县大一点的乡镇医院进行联络，可直接找其院长或坐诊的全科或内科医生。从对象来看，要增加联络的医生数量，不能重复单调抓某一个人，如果一旦联络出现问题这样可能让一个地区的病人都无法转诊。

各地卫生主管部门是当地卫生单位的行政领导，抓住他们的优势可以为院带来更多利益，与卫生局签定医保报销协议，与农合办签定新农合报销协议，通过合作利用他们的名义下发许多有利于我院的文件，举办有利于我院的会议等。与相关部门的公关，不能只单单靠院市场部人员的单线联络，更多的是院领导能积极参与，并主动发挥人际关系，争取做到联络一个办成一个，这样对市场部下一步的工作将带来巨大收益。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找