

医院营销工作计划 (21 篇)

医院营销工作方案是指医院对将来一段时期内医院营销活动的目标和策略进行的规划和支配。它涉及如何吸引和留住患者，提高医院的知名度和声誉，以及增加医院的收入 and 市场份额。医院营销方案通常包括目标市场的确定、目标客户的定位、产品推广策略、市场推广预算、关键绩效指标等要素。制定医院营销方案有助于医院更好地了解市场需求，有针对性地供应医疗服务，并有效地进行市场推广，从而实现医院的战略进展目标。以下是有关于医院营销工作方案的有关内容，欢迎大家阅读！

医院营销工作方案 1

我院环境卫生工作要以提高人民健康水平和推动社会进步为目标，大力提高社会环境卫生水平，把环卫工作与创卫工作有机地结合起来，重点做好以下几方面的工作：

一、抓组织，重实效加强

我院环卫工作组织领导，落实工作职责，使环卫工作有组织、有方案的开展。把建设健康单位与创建省级卫生县城工作

有机的结合起来，加强组织协调，在注意实效上下功夫。今年的爱卫会重点工作是：持续做好单位的美化、净化、绿化工作。同时仔细做好日常卫生工作。

二、大力宣扬，人人参加

首先健全宣扬教育阵地建设，扩大教育面：

1 是准时把党和政府对环卫工作要求及文件精神传达到群众，做到人人皆知；

2 是动员教育，形成人人参加的良好氛围，动员全体职工乐观参加黑板报、宣扬橱窗资料收集，尽量做到版面新颖、大方，内容丰富，争取每月出一期；

3 是利用下乡对广阔老百姓进行健康学问的普及教育，丰富卫生服务的内容。

三、完善制度，加强治理

进一步完善内部治理考核方法和有关的规章制度，逐步实行科学治理、规范治理。连续支配专人详细负责单位爱卫会的日常工作

作和健康教育建设工作，支配保洁员负责院内和办公楼内的卫生，大厅、过道一日拖二次，垃圾、厕所定期清理，去除异味，随时保持院内清洁；公共设施定期进行检查维护；乐观开展除“四害”工作。

四、做好环卫会基本工作。

连续根据上级的要求，乐观参加卫生活动。

医院营销工作方案 2

2022 年医院工作的指导思想是：以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，仔细贯彻党的十六届五中全会精神，坚持“科技兴院”的进展战略，坚持“以病人为中心”的服务理念，紧紧围绕医院第三届职工代表大会确定的进展战略目标，“立足服务、突出特色、培育人才、进展专科、树立品牌”，加大改革力度，实现思路创新、经营创新、管理创新，开创医院工作的新局面。全年医院工作的总体目标是：在学科建设、技术创新、经营理念、扩大外延服务、安排方案改革等方面取得新突破，硬件设施进一步完善，服务态度进一步好转，经济效益和社会效益明显提高，医院综合实力及可持续进展力量明显增加，职工待遇进一步提高。全院业务收入增长**%，医疗性收入达到**%。

1、进一步健全质量管理组织，完善院、科二级质量掌握网络和质量管理考评体系，严格质量管理制度。

2、要围绕医疗质量，依据创建群众满足医院的考评标准和医院等级评审标准，进一步完善有关制度及相应的考评体系，实施质量实时监控、定期评价、准时整改等综合措施，使其真正落到各项医疗工作、各个医疗岗位、各个诊疗环节之中。

3、加强医疗文书书写的规范，提高病历内涵质量。病历质量反映了医院的医疗质量和管理水平，是医院等级评审的重要指标之一。医疗文书书写作为质量管理的重点，要以抓好病历质量带动整个医疗工作。一是要连续组织医务人员仔细学习《省医疗文书书写规范》、《医疗质量督查及病历书写质量掌握度》、《处方管理方法》等规章制度，并进行培训和考核。二是对新来院的年青医生和进修医生进行岗前病案书写培训，使之熟识病案质量标准，把握病案书写格式和要求，经考核合格后方能上岗。三是把病案质量监控的重点放在环节质量监控上，强化病案书写者自我检查、科室病案质量小组监控、病案室监控和病案管理委员会监控措施。四是加大平常抽查力度，对抽查的结果，准时公布，按标准奖罚，同时每半年对全院住院医生病案进行检查评比并将结果通报全院。

4、进一步加强医院感染的监控措施，根据医院感染规范要求，仔细做好院内感染监测工作并按规定准时上报传染病疫情。

5、要加强法制教育，规范医疗行为，强化平安责任意识，进一步落实医疗平安责任制和责任追究制，切实防范医疗差错事故的发生。

六进一步提高医疗服务质量，为医院等级评审打下坚实基础。新一轮医院评审，除考评医疗技术水平和医疗硬件设施外，更多地考虑病人满足度，并将这一指标列为拒绝指标之一。我们要在去年创建群众满足医院活动的基础上，进一步树立“以病人为中心”的服务理念，对此不相适应的规章制度重新修订完善，不断推出新的便民服务措施，强化“人性化”服务，在连续广泛开展亲情服务的同时，逐步引入宾馆

式管理和人性化服务模式，开展专业导医和迎宾礼仪服务，开展窗口创优活动，努力提高服务水平，从每一个环节入手，从每一件小事做起，尽可能给病人以更多的人文关怀，为病人制造舒适、温馨的就医环境。七进一步加强医院行风建设，树立良好社会形象。

1、要坚持教育先行，规范制度建设，将医院的文化建设理念注入医德医风建设的各项措施之中，在医院营造爱岗敬业、忠于职守、文明服务、弘扬正气的思想氛围，提高广阔医务人员的整体素养。

2、以保持共产党员先进性教育活动为契机，强化共产党员在医院改革、进展中的先锋模范作用，共产党员应切实担负起医院进展中排头兵的职责，在医疗行风建设中作表率，在医院进展中作表率。

3、进一步抓好制度规范的落实，加大监督检查力度，切实订正医药购销和医疗服务中不正之风，严格规范医疗服务项目和医务人员的诊疗行为，杜绝医务人员收受回扣、“红包”和开单提成，小病大治等现象。八做好全县干部保健工作，完善健康服务中心各项功能。全县开展的干部健康体检工作，体现了党和政府对国家工作人员的关怀，同时是我院拓展服务市场的一个极好契机，要充分利用我院的技术设备等优势，全院职工齐心协力，为体检对象供应优质规范的服务，挖掘潜在的医疗市场，带动医院各项业务的进展。九更新观念，转变营销策略，加强医院的自我宣扬力度，提升医院的社会信誉度。随着医药卫生体制改革的深化，以及广阔人民群众对医疗服务需求的不断提高，对医疗服务模式提出了新的挑战，我们要结合各临床医技科室的特点，特殊是对新近购进的仪器设备和各科新开展的诊疗项目，通过信息栏、宣扬栏、广告、报刊、电视等多种渠道，宣扬医院的特色和服务，推出名医、专家，让患者和社会充分熟悉医院，了解我院服务理念和服务措施的更新及转化，让更多的老百姓得到由此带来的实惠。

二、其它工作任务一进一步规范后勤保障体系，降低医院运行成本。要实行各种有效措施，加强对水电后勤物资的管理，开源节流，实现低成本高效。二连续推行院务公开制度，自觉接受社会对医疗服务的监督。为进一步增加医疗服务工作透明度，让患者和群众享有医疗知情权和监督权，连续做好药品、诊疗项目及工作人员的上墙公示工作，自觉接受社会对医疗服务的监督。三完善医院信息系统，进一步提高医院管理水平。我院信息管理系统已经运行近一年时间，对规范医院的流程，提高医院各项工作的效率和质量起到了乐观作用。为完善其管理功能，方案从三月份起住院医嘱系统实行电脑管理，信息科要做好运行前的培训工作，各临床科室护士要乐观主动进行运行前培训，确保护士工作站的正常运行。四营造优秀的医院文化，推动精神文明建设。进一步重视医院文化建设意识的教育与宣扬，提倡人文精神和规范医务人员服务礼仪，让具有当代文化特色的服务礼仪走进医院。充分发挥党、团、工会和妇女组织的作用，实行多种形式丰富职工的业余文化生活，营造良好的医院文化氛围，增加医院的分散力，乐观参与上级组织的文体活动，展现医院职工的良好精神面貌。四加强硬件建设，改善就医环境，增加医院整体实力。今年有方案地对住院病房的基础设施包括病床、棉被、枕头等进行更换，同时改善临床医技科室的办公条件。五加紧做好分院传染病区的建设工作。做好医院整体布局规划及门诊综合大楼的初步设计方案，为门诊综合大楼的顺当兴建作预备。六仔细做好社会治安综合治理工作，努力制造良好的医疗工作环境，保障医疗活动有序开展。七贯彻执行好方案生

育政策，杜绝违反方案生育政策的人和事，做好全院干部职工的环孕检造册登记工作，乐观协作政府做好方案生育技术服务工作。八连续抓好职工的普法教育工作，努力提高职工的法律意识和法制观念，确保无违法案件的发生。九乐观参与我县创建文明卫生城市活动，努力完成新农村建设工作任务。十乐观开展医疗为民服务活动，减轻病人经济负担，连续开展急救帮困，抓好低保户和其它弱势群体的就医优待政策的落实，同时落实好老年人的就医优待措施。十一完成上级机关布置的临时性工作任务。

医院营销工作方案 3

依据市卫生局、市妇幼保健院对妇卫生工作目标任务要求，为了不断优化妇幼卫生工作环境，进一步加强村妇幼卫生基础工作，强化职工的思想观念和服务理念教育，切实抓好自身的内涵建设，努力构建具有生气活力的工作运行机制，不断提高妇幼保健服务质量和两个效益，乐观完成妇幼保健工作各项数质量指标，从本所实际动身制定本所工作方案。

一、工作目标：

新法接生率>99%；孕产妇系管率>97%；

住院分娩率>98%；高危孕产妇筛查率>95%；

高危孕产妇住院分娩率>98%；努力掌握孕产妇死亡；

3岁以下儿童系管率>88%；7岁以下儿童保健掩盖率>90%；5岁以下儿童死亡率 98%；

妇女病查治人次；托幼机构卫生保健合格率>98%。

二、主要抓工作：

（一）、主动沟通协作，不断优化妇幼保健工作环境。

首先要正视困难、抓住机遇，通过各种途径与方式大力宣扬妇幼卫生工作在促进社会经济进展和保障群众健康的重要作用，提升妇幼卫生工作的社会共识，乐观争取政府更加重视、关怀和支持妇幼卫生事业进展。二是要连续主动当好政府的业务技术参谋，巩固提高实施母婴健康工程项目工作成果，特殊是针对工作重点与难点，以制定落实相应的工作措施，保障各项工作有序开展。三是要通过下村业务指导、召开座谈会等方式，进一步强化村卫生站对妇幼卫生工作的思想熟悉，把妇幼卫生纳入单位工作的重要议事日程，更加关怀、支持妇幼人员做好岗位工作，从组织上保证各项工作的落实。

（二）、注意健教实效，加大对健康教育的投入。

不断提高妇女儿童的健康意识，高度重视并自觉参加卫生保健工作，是搞好卫生工作的基础。

1、要把健康教育作为自身的专业特色和进展潜力较大的服务品牌，在人员、设备和经费等方面进一步加大投入力度，按统一方案、共同参加、分工负责、协作协作的要求，做好健教工作。

2、逐步规范孕妇学校、育儿学校教育，不断改进教育方式，提高教育实际效果，城镇孕产妇健康学问和家长育儿学问教育率达 90%，做好健教效果评价和教育登记工作。

3、连续利用广播、报纸、黑板报等开展保健学问宣教，进一步发挥电话通讯便利的优势，为保健对象供应健教询问服务。

4、针对初、高中女生的生理心理发育特点以及影响妇女健康的主要因素，进一步重视在学校、社区开展妇幼保健学问讲座，普及卫生

保健学问、提高自我保健力量。

5、在进一步做好门诊保健对象健教资料分发的同时，利用村妇幼保健网络、婚姻登记窗口、托幼机构等途径，发放各式健教宣扬资料，努力扩大健教掩盖面。

（三）、狠抓工作重点，提高孕产妇和儿童保健管理质量。

按抓好二个系管、加强二个筛查、掌握二个死亡的基本要求，不断提高孕产妇和儿童保健管理质量，保障孕产妇和儿童健康平安。

1、仔细抓好孕产妇和儿童保健管理工作常规的贯彻落实，进一步重视孕产妇和儿童的全程保健管理，不断规范保健技术服务，提高保健服务质量。加强对各项工作制度落实状况的检查指导，准时提出工作建议，巩固提高妇幼保健各项数质量指标。

2、孕产妇保健要连续以高危筛查为抓手，把孕产妇高危筛查管理作为重中之重的工作来抓，切实落实好每位孕妇初筛评和高危筛查。高危筛查要按保健常规把好质量关，准时发觉危害健康因素，努力避开漏筛错筛现象发生。对筛出的高危孕妇做到准时报告或反馈，按分级管理原则落实工作责任，对重度高危连续实行镇村联管、专人负责、专案管理，仔细落实追踪随访、转诊护送、定点分娩、接诊救治等措施，努力掌握高危因素而致的不良后果。

3、儿童保健要以体弱儿筛查为重点，注意发觉健康问题和健康问题利用，提高儿保工作的吸引力和认同度。基层对筛出的体弱儿，要尽可能动员家长接受一次较为全面的复查，并按保健常规做好保健管理工作。要抓住学校入学需验《儿童健康档案》的有利时机，进一步抓好托幼机构的卫生保健工作。

（四）、面对农村基础，加强基层妇幼保健基础工作。

农村妇幼保健是整个工作的重点，也是影响全镇妇幼卫生工作水平的主要因素，必需连续予以高度重视。

1、所领导全面负责基层妇幼保健的检查指导，对基层工作指导在人力、制度、安排等方面予以保障，确保各项工作的落实。妇儿保科要依据现有人员负责详细的业务技术指导工作，对各村卫生站的业务指导全年不少于4次。

2、连续实行基层妇幼人员季会制度，以定期总结沟通工作状况，布置各阶段工作任务。同时要进一步重视宗旨观念和责任意识引导，不断提高工作的主动性和责任感，扎实做好岗位工作。

3、实行专题培训及以会代训等方式，对基层妇幼人员进行2次以上业务学问培训，重点培训高危孕妇筛查与管理、体弱儿筛查与矫治、孕产妇和儿童保健常规、产科并发症的处理等业务学问，不断提高她们的业务水平。6、努力扩展农村妇女病查治覆盖面，按排妇女病查治工作，按公共卫生服务的要求，争取在九月开展妇女病查治，提高妇女的健康水平。

(五)、加强内涵建设，不断提高综合服务功能。

高度重视业务技术建设，加大基础设施建设投入力度，不断改善服务条件，提高妇幼保健服务功能和服务质量是业务技术指导中心的职能得以发挥的前提。

1、按责权相称的原则，进一步完善并实施所科二级管理制度，充分发挥中干在管理、技术等方面的骨干作用，鼓舞督促中干按制度履行好各自的职权与职责。依据实际状况，充实完善各项规章制度，重视对制度执行状况进行常常性督查，保证各项工作有章可依、有章必依，建立起制度化、人性化、规范化的具有生气活力的工作运行机制。

2、乐观争取政府支持的同时，要通过增收节支等途径筹措资金，努力改善医疗保健业务用房紧缺的状况，建规范产科，以适应保健业务进展的需要。年内方案安排 3-5 万元，用于购置便携式 b 超、电子阴道镜等设备，不断提高服务力量。

3、加强医疗保健质量管理，仔细实施医疗保健质控方案，要求各科室对比质控方案相关内容每季进行一次自查，对存在的质量问题要仔细剖析并准时改进，将服务质量与个人劳务奖金挂钩。单位质控小组将对各科质控方案落实状况组织常常性检查，其结果与科室的季度效益质量考核奖挂钩，把质量优劣作为劳务奖金的安排要素。

4、通过各种途径与手段乐观宣扬自我、推销自我，不断提高社会知晓率与信任度，努力营造良好的社会工作环境，为自我进展打好社会基础。

七、随着社会制度和卫生政策的调整变化，妇幼卫生在新的条件下困难与机遇并存，影响着妇幼卫生事业和进展。对此，我们务必高度重视学习、面对现实、实事求是、抓住机遇、与时俱进，努力工作，才能不断推动妇幼卫生事业的进展。一是要加强形势任务教育，仔细学习卫生法律规范和卫生改革政策，明确目标任务和面临的困难，进一步增加忧患意识、竞争意识，力争在困难中求进展。二是要强化工作的事业心和责任意识，牢固树立进展是硬道理的观念，按保健医疗并重、发挥特色创优、恒立人本服务、诚信优质求誉、敬业好学奋进、人和共计进展的立业思路，促进妇幼卫生事业的持续进展。三是要加强宗旨观念教育，使全所人员熟悉到妇幼保健是公共卫生的重要组成部分，进一步强化保健第一的思想，正确处理好保健与临床的业务关系，增加服务意识，树立以人为本的服务理念，不断优化服务方式和服务态度，提高服务质量。四要加强效益观念教育，在服务中既要做到应需检查、应需治疗、应需用药、努力减轻群众的经济负担，又要增加效益观念，乐观引导群众合理消费，注意收入结构，提高服务效益。五是要重视集体主义教育，使全所人员熟悉自己是集体的一份子，树立所家并重，自觉做到勤俭办事，厉行节省，努力消退铺张行为。六是要连续抓好行业作风教育，教育全院人员自觉做到遵纪守法，遵守职业纪律。同时要以巩固创建功立业省级农村中医工作先进县和文明单位创建成果，进一步加强医疗质量管理和精神文明建设。

医院营销工作方案 4

成果仅代表过去，工作中仍有诸多不足，在 20__ 新一年的工作中，

我们决心扬长避短，做到以下几点：

1、乐观参与医院组织的业务学习，结合本科专业特点，抓好专业学习，努力提高业务素养，提升业务水平。

2、进药做到有方案，有支配，坚持每日一进，专人负责，保障临床用药供应。

3、加强工作责任心，做到药品分类定位存放，发药时做到“四查十对”，杜绝差错事故的发生。

4、借一甲评审东风，完善执行药事管理制度，加强毒、麻、精及拆零药品管理，做到工作常态化。

5、做好药品效期管理，坚持先进先出原则，每月上报近效期药品名目，准时与临床科室沟通，努力削减过期现象发生，削减医院流淌资产损失。

6、做为窗口科室，服务态度显得尤为重要，做为沂源县其次人民医院的一份子，我们深知个人形象很大程度上即代表医院整体形象，所以我们必需时刻留意个人形象，廉洁自律，留意工作作风、服务态度，提升服务水平，争取做到病人满足、领导满足及自己满足。

7、提高平安管理意识，药房是医院流淌资产集散地，我们要时刻做好科室内平安隐患排查，做好防火、防盗、防电，确保平安无事故。

8、最终，向领导申请增设住院药房。基于目前我院进展现状，西药房在使用面积和结构合理性上显得不协调、不配套，在上午十一点显现门诊取药、新入院病人取药、出院带药与长期医嘱取药瞬间集中现象，做不到分时合理服务，提升不了服务质量，请领导决策。

总之，相较于临床纷繁简单的诊疗工作，我们药房工作显得单一，但我曾经听过这样一句话：“所谓胜利，就是简洁的事情重复做，重复的事情专心做！”在此，请领导和同事们信任，对于西药房这样既单一、重复又琐碎、繁重的工作，我们肯定会坚持、努力、专心做好！感谢大家！

医院营销工作方案 5

一、我们可以和驾校合作，通过我们 xx 学车网报名胜利学车的学员，在我们网站买车，能够优待，优待比例后续再争论。也可以和一些跟我们原来不合作的驾校合作，通过驾校这边到我们网站买车，优待力度等等。

二、在我们网站首页和各个城市分站等页面上大力推广卖车业务，并且前期确定有比较大的优待力度，才能吸引用户。

三、跟一些我们合作的网站、传媒互换软文，竭力推广我们汽车板块。

四、查找一些地方型的社区网站，跟他们合作。

五、网站不定期做促销优待活动，拉近客户关系，使客户知道我们网站的汽车价格优势。

六、跟一些汽车保险公司合作，拿到一些优待的互惠互利的.保险价格，对我们来说应当也是一种优势。

七、业务，就是销售，然后是销售培训，在销售培训上多下功夫，熟识把握自己所卖的车型构造，性能，价格与竞争车型的优略比较分析。假如销售员的业务学问明显匮乏，直接影响销售部的业绩，现在产品技术更新很快，不培训就等与落后，对用户的疑问不能解答，直接影响销售。在销售与培训过程中，准时发觉问题，准时解决。快速提高销售员的力量。

八、售前售后服务，客户买汽车确定是盼望简便简洁，没有人会情愿花钱买罪受的，所以我们要提高市场占有率，所以我们要把用户的真正的需求和担忧(无外乎就是：整车的质量保障、有完善的售后服务、售后的索赔、售后修理的优待、销售人员的专业性，公司的诚信度、公司的人员的良好印象等)落实到实处。我信任我们应当能够胜利。

医院营销工作方案 6

一、方案概要

1、年度销售目标 600 万元；

2、经销商网点 50 个；

3、公司在自控产品市场有肯定知名度；

二、营销状况

空调自控产品属于中央空调等行业配套产品，受上游产品消费市场牵制，但需求总量还是比较可观。随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。湖南地处中国的中部，空调自控产品需求量比较大：

1、夏秋酷热，春冬寒冷；

2、近两年湖南房地产业进展快速，特殊是中高档商居楼、别墅群的兴建；

3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设；

4、长株潭的融城；

5、郴州、岳阳、常德等大量兴建工业园和开发区；

6、人们对自身生活要求的提高；综上所述，空调自控产品特殊是高档空调自控产品在湖南的进展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道进展快速，已经呈现出多元进展局面。

从各企业的销售渠道来看,大部分公司采纳办事处加经销商的模式,国内空调自控产品企业 20xx 年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固,加强与设计院以及管理部门的公关合作。而对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说,由于市场积累时间相对较短,而又急于快速打开市场,因此基本上都采纳了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应,凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力,进展趋势普遍看好,因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会,而只要采纳比较得当的市场策略,就可以挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱,团队还比较年轻,品牌影响力还需要巩固与拓展。而在销售过程中必需要特别清晰我公司的优势,并加以发挥使之达到极致;并要找出我公司的弱项并准时提出,加以克服实现最大的价值;提高服务水平和质量,将服务意识渗透到与客户沟通的每个环节中,注意售前售中售后回访等各项服务。

三、营销目标

- 1.空调自控产品应以长远进展为目的,力求扎根湖南。20xx 年以建立完善的销售网络和样板工程为主,销售目标为 600 万元;
- 2.跻身一流的空调自控产品供应商;成为快速成长的胜利品牌;
- 3.以空调自控产品带动整个空调产品的销售和进展。
- 4.市场销售近期目标:在很短的时间内使营销业绩快速成长,而到年底使自身产品成为行业内知名品牌,取代省内同水平产品的一部分

市场。

5.致力于进展分销市场，到 20xx 年底进展到 50 家分销业务合作伙伴；

6.无论精神,体力都要全力投入工作,使工作有高效率、高收益、高薪资进展;

四、营销策略

假如空调自控产品要快速增长,且还要取得竞争优势,最佳的选择必定是——“目标集中”的总体竞争战略。随着湖南经济的不断快速进展、城市化规模的不断扩大,空调自控产品市场的消费潜力很大,而目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选择。围绕“目标集中”总体竞争战略我们可以实行的详细战术策略包括:市场集中策略、产品带集中策略、经销商集中策略以及其他为目标集中而配套的策略四个方面。为此,我们需要将湖南市场划分为以下四种:

战略核心型市场长沙, 株洲, 湘潭, 岳阳

重点进展型市场-郴州, 常德, 张家界, 怀化

培育型市场娄底, 衡阳, 邵阳

等待开发型市场-吉首, 永州, 益阳,

总的营销策略: 全员营销与采纳直销和渠道营销相给合的营销策略

1、目标市场:

遍地开花, 中心城市和中小城市同时突破, 而重点进展行业样板工程, 大力进展重点区域和重点代理商, 亦快速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略:

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能形成完整的解决方案并有胜利的案例，由此带动全线产品的销售。大小互动：以空调自控产品的销售带动阀门及其他产品的销售，以阀门及其他产品的项目促进空调自控产品的销售。

3、价格策略：

高品质，高价格，高利润空间为原则；制订较现实的价格表：价格表分为两层，媒体公开报价，市场销售的最底价。制订较高的月返点和季返点政策，以掌握营销体系。严格掌握价格体系，确保一级分销商，二级分销商，项目工程商，最终用户之间的价格距离级利润空间。为了适应市场，价格政策又要有肯定的能活性。

医院营销工作方案 7

依据医院确定的年度经营方案，医院营销策划工作总的思路是：找准营销部职能定位，建立规范的运作流程，致力于不断创新，建立适合医院管理与进展的医疗服务营销模式。

一、依据医院实际，找准营销部职能定位，充分发挥营销部应有的作用。

医院营销策划部在医院整个职能系统中应当充当一个什么角色，如何定位，这对于营销部有效地发挥职能作用是非常重要的，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：

战略规划：充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威逼进行分析，从战略角度做出医院的营销进展规划，为医院领导的经营

管理决策供应依据，做好医院领导的参谋和助手。

市场拓展: 通过访问客户、市场调研等多种形式乐观拓展市场, 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。

品牌推广: 与医院宣扬和医务部门亲密协作, 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扬工作, 不断提高医院的社会声誉和品牌形象。

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进展和保持良好的关系, 建立忠诚客户群。特殊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, 为顾客供应诊前、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, 毁灭服务盲点, 提高顾客对医疗服务各环节的满足度。

科室指导: 常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。

服务培训: 做好医护人员和其他人员的营销培训, 协作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。

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

二、对本市二级以上和个别一级医院的营销、客户服务工作进行调查了解，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。

营销部人员要对本市二级以上医院的营销与客户服务状况进行情报搜集，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。对比我们的运作方法，与所了解到的状况进行对比分析，乐观汲取兄弟医院的好做法好阅历，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。详细支配为一季度内对海珠区全部医院进行调查了解，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。

三、利用整合营销手段，加大品牌推广力度，不断提高医院的知名度与美誉度。

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。我们要实行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。详细要做好以下几项工作：

1、做好医院网页、院报、各种宣扬品等院内传播媒介的有关工作，让更多的群众了解医院，熟悉医院。

2、乐观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，在学术会议上沟通文章，尽可能多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与进展状况。

3、乐观主动地参加各种学术活动，在不给医院增加经济负担的状况下，主办或者协办有关培训、学术沟通、论坛等活动，展现医院的品牌形象。

4、根据医院“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、引导专家熟悉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协作，增加我院专家在各种公开场合的露面机会，尽可能制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，假如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，并和宣扬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支配，医务科和临床科室供应保障支持，在普及健康和保健学问的同时，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举—举办讲座。

四、加强客户关系管理，建立客户数据库，对不同的客户进行分层次管理。

医院客户关系管理(CRM)是指医院运用信息技术,并通过充分的沟通与沟通,猎取、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,从而让医院最大限度地提高客户满足度及忠诚度,挽回失去的客户,保留现有客户,不断进展新的客户,发掘并牢牢地把握住给医院带来最大价值的客户群。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,精确把握,确定目标客户群,使促销工具具有针对性的营销策略。

1、医院客户数据库分个人客户数据库和团体客户数据库,个人客户数据库以出院客户为对象,团体客户数据库以周边单位和已经或将要与医院签订服务协议的单位为对象。

2、个人客户数据库主要搜集:姓名、性别、年龄、住址、职业、电话、电子邮箱、特别爱好、来院就诊时间、就诊科室、服务内容(疾病诊断名)、支付费用、回访是否有不满及处理状况等。对个人客户在连续做好电话回访的基础上,对一些慢性病和老年客户要做好常常性的回访工作,同时要利用信函、电子邮件等做好常常性的联系,必要时对特别客户进行登门访问。

3、团体客户资料主要搜集:公司(单位)名称、地址、电话、传真、网址、电子邮箱、经理或负责人姓名、业务范围、职工人数、员工保健联系人以及与医院关系状况等。对团体客户主要以上门访问为主,

同时举办健康讲座、义诊和健康检查等，对来院就诊者按医院规定给予优待和优先。

4、推行许可电子邮件营销：主要针对数据库中客户，分三个层面进行：医院、科室和医生，通过电子邮件来增进医院与客户的沟通与感情。其做法是医院、科室和医生在推广医疗技术及服务时，事先争得客户的“许可”，然后通过电子邮件的方式向客户发送医院有关的医疗服务信息。医疗服务信息的内容主要包括医院新闻、提示健康服务或定制健康提示、医学新进展、保健新学问、医院科室与新技术项目介绍以及在重大节日对客户问候与祝愿等。

5、推行感性营销：针对数据库中客户，将医疗服务营销活动情感化，将“情感”这根主线贯穿于医疗活动的全过程，建立潜在客户—客户—忠诚客户—终生客户的培育模式。

6、走访新的周边单位和社区花园，增加协议单位数量。

7、指导科室和医生个人建立客户数据库，提高营销的有效性。对于进入数据库的客户，在措施上主要实行一对一营销的方式，即以客户的最终满足为目标，通过与每个客户互对沟通，了解其现实需求与潜在需求，与客户逐一建立长久、长远的双赢关系，为客户量身定制和供应个性化的医疗服务。

五、建立医院客户服务中心，为就医顾客供应诊前—诊中—诊后完善、全面、高品质的一体化服务。

医院客户服务中心正式开头运作，医院客户服务中心为有需要的客户供应健康询问、预约专家、预约检查、预约居家医疗护理、邮寄检查单、伴随检查或治疗、客户电话回访等形式多样的诊前—诊中—诊后服务。服务内容包括：各种医疗与健康询问;供应导医服务;为客户分发各种检验、检查单，指导客户复诊，帮助办理各种诊断证明书等。若有需要邮寄或者电话通知检查结果的，在结果出来一小时内会电话通知(市内)和寄出(市外);

对来院客户在接受服务过程中，有需要关心的，会准时供应关心，特别客户需伴随检查或治疗将予以伴随(包括代客户计价、交费、取药，护送各类检查、治疗等工作);负责入院客户的全程服务。当门诊各科室有客户需要住院时，医生会通知客户服务中心，由中心派专人关心客户办理入院的各种手续，始终把客户送到病房并交给主管医生和护士;凡住院客户提出需关心办理出院手续的，中心将帮助办理出院手续。

对有特别状况需要立刻离院的出院客户，可由客户本人或其家属签一份托付书，并留下押金条和需付出院款项等，约好取发票的时间和方式，客户可先离院。由中心代办出院手续，然后按商定的时间由客户到中心取回;为客户供应便民服务，免费供应一次性口杯和温度相宜的开水。客户有其它特别需要的，也会尽力关心解决;为客户送发各种健康宣扬资料;对离院的特别客户进行电话回访，将收集到的看法与建议准时反馈到相关部门，不断改进服务工作。

六、利用院内外优势资源，做好项目与技术合作。

依据医院实际和院领导的支配，充分利用医院的优势或其它机构的品牌，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，做好项目的可行性讨论、论证和开发工作，加强对已开展合作项目的沟通与管理。

七、做好医护人员和其他人员的营销培训。

协作相关业务部门做好服务技能培训，服务指导科室开展营销技能训练，提高全员营销水平。上半年对全院护士进行服务素养与技巧培训，下半年对全院医生进行服务素养与沟通技巧培训。

八、做好对各科室开展营销的指导工作。

医疗服务营销与实物产品营销有着很大的区分，必需强调全员、全程营销，营销科要结合不同科室的特点，有针对性地做好对科室的营销指导工作，今年营销部要与每个科室进行一次营销工作沟通，关心各个科室制定切实可行的营销方案。对客户的回访看法，营销部要协作有关部门做好订正落实工作，同时要抓好内部的优质服务工作，和有关科室一起整理一套系统的医疗服务规范。

九、乐观拓展健康产业市场。

乐观拓展健康产业市场，确保体检工作在数量和质量上都要上一个新的台阶。营销部主要做好以下工作：

1、乐观做好市场拓展工作，争取更大的客户资源。做好健康体检的联系、协调工作，为客户供应满足的体检服务。

2、策划推出系列体检卡，体检卡是将体检项目固化在一张卡上，卡上全部项目均按医院规定价格赐予肯定的折扣优待市民，持卡者只需凭卡来医院保健科办理体检手续即可。系列体检卡将针对不同人群设置不同的名称、体检内容和价格，其人群细分主要分为以下几种：一是针对一般人群的常规体检；二是针对老年人的保健性体检；三是针对女性的健康体检；四是针对工薪阶层的健康体检。

全部体检将实行全程专人指引或伴随，体检结果由资深医生进行解读并以书面形式写出保健建议。其体检结果依据需要可由客户服务中心邮寄、电话告知或发送电子邮件。假如发觉体检者有潜在病症，医院将指派专家或专科医生关心其制定个性化的保健与治疗方案。

3、利用“三八”国际妇女节、母亲节和父亲节等重大节日，推出不同类型的体检卡，医院给其较大折扣的优待。

十、选择部分重点客户，供应“健康管家”服务。

今年要对重点客户供应个性化的健康服务，特殊是对部分患有慢性疾病的人员要选派专科医生，定制特地的保健方案并供应长期跟踪服务，进行保健与生活指导。对上述单位还要有针对地定制全员健康方案，进行健康课程讲座、义诊和专家询问等活动，真正成为他们团体和个体的“健康管家”。

十一、加强营销部的制度建设和规范化管理工作，进一步提高工作人员的综合素养，经过大胆实践探究出医院开展营销工作的有效模式。

营销部要进一步完善各项工作制度，明确岗位职责，加强科室人员的业务学习，不断提高综合素养，大胆探究符合我院进展的医疗服务营销模式。对营销部的工作人员提出四点要求：

1、是加强学习，创新观念。要求每人全年至少阅读两本管理书籍，撰写一篇论文。依据营销工作的特点，要做到观念超前，行为超前。

2、是要脚踏实地，求真务实。营销工作假如不务实，就会给人“吹喇叭，耍花架子”的感觉，因此，我们要将每一项工作都做的更加扎实有效。在时间安排上，主任 1/5 要出去搞市场调研和走访客户，1/5 要深化科室进行沟通联络指导，1/5 参与医院会议和有关活动，2/5 处理科室业务。副主任 2/5 出去搞市场调研和走访客户，1/5 参与医院会议和有关活动，1/5 要深化科室进行沟通联络指导，1/5 处理科室业务。客户管理员每周电话回访客户时间不少于两个晚上，每次不少于两小时。

3、是要有大局意识，团队意识。营销工作涉及医院工作的方方面面，搞好协调工作相当重要，营销部工作人员要主动与各个科室搞好协调，让大家理解营销工作，熟悉到营销工作的重要性。

4、是要有吃苦精神，有奉献精神。搞市场开发和走访客户是一件很辛苦的事情，许多时候要起早贪黑，营销人员在这个时候还是要讲奉献，学会在奉献中享受到工作的乐趣。

医院营销工作方案 8

为仔细贯彻落实 xx 年医院工作重点，围绕“以病人为中心，以质量为核心”，全面实施 iso9001—xx 质量管理标准，不断加强护理工作的科学化、标准化管理，促进护理质量全面提高，实现“为手术病人供应优质平安的护理、精益求精地协作手术”这一服务目标，依据护理部有关精神，结合我科实际状况，制定护理管理目标及方案如下：

1、更新护理管理和服务理念，提高护理质量。做到以人为本，注意人性化服务，深化开展好“病人满足在科室”的活动。严格执行爱护性医疗制度，随时为病人着想，对病人的病情、手术效果、手术并发症等，术中不予谈论。切实转变服务理念和工作模式，保证以最佳护理工作状态为病人服务，满意病人一切合理的需求，为病人制造温馨舒适的手术环境，达到病人对护理工作满足度 $\geq 95\%$ 。工作中注意加强与医生的沟通，收集病人信息，取得理解、信任和支持，不断提高内部服务质量，以便更好的协作手术，达到临床医生对手术室护理工作满足度 $\geq 98\%$ 。

2、加强护理质量平安管理，保证年事故发生率为零。制定严格的科室规章制度，定期组织差错事故争论分析，针对反复消失的问题提出整改看法，杜绝差错事故的发生。利用晨会、护理业务学习等多种形式增加护士的服务意识，做到主动服务，热忱接待，细心介绍。各项护理治疗操作要与病人打招呼，采纳鼓舞性语言，动作轻柔，使患者感觉到亲人般的暖和。

3、严格遵守，仔细执行。进一步完善各班工作制度，严格掌握人员流淌。严格执行无菌操作技术，对违反无菌原则的人和事赐予准时订正，防止院内感染，做到一人一针一管执行率 100% ，无菌切口感染率 $\leq 0.5\%$ ，常规器械消毒灭菌合格率 100% 。

4、做好急救药械的管理工作，保证急救药械完好率 100% 。每班交接时仔细核对，做到完好备用，帐物相符。加强护理人员急救学问、抢救工作程序、抢救药品、抢救仪器的使用等内容的培训，达到人人

娴熟把握和应用。接到急救病人通知，能在最短的时间内快速开头手术抢救，并且能灵敏、敏捷、娴熟地协作抢救工作。

5、依据的要求，加强护理文书的书写管理，做到书写仔细、准时、规范，与实际护理过程相符，护理文书书写合格率 $\geq 95\%$ 。

6、加强护理人员的在职培训力度，不断提高业务技术水平。护理人员三基水平平均 ≥ 75 分；护理技术操作合格率 $\geq 95\%$ ；支持护理人员参与继续教育学习和培训，继续教育学分每人每年 ≥ 25 分。鼓舞护理人员参与自学、函授及各种学习班、研讨会，使护理人员准时把握护理工作进展的新动态和护理相关的新理论、新技术，不断提高护理人员的业务水平，更好的.协作手术科室开展新业务、新技术。鼓舞广阔护理人员乐观撰写论文，争取全科在市级以上刊物发表或沟通论文 ≥ 4 篇。根据护理培训方案支配人员外出进修学习，提高专科护理水平，以此带动全科人员的技术水平。

7、严格根据收费标准收费，做到应收则收，应收不漏。遇有疑问及纠纷准时核查处理。定期对科室医疗和办公用品进行清点领取，削减铺张及损耗。专人负责医疗设备的保养，做到对仪器设备性能及使用状况心中有数，保证临床正常运转。

8、建立完善的护理质量监控体系，科室质控小组加大自查力度，发觉问题准时改进；定期查找护理隐患并进行分析反馈，使各项工作程序化、规范化。通过统计手术台次、满足度调查、有无差错疏忽及投诉、检查卫生区等指标，完善和促进护理工作，不断提高手术室护理质量。

9、加强临床教学管理，做好带教工作。依据实习大纲要求制定带教方案并支配专人带教，依据临床带教阅历不断改进带教方法，加强带教老师教学力量的培育和提高，仔细落实好“360工程”，圆满完成带教工作。

10、做好病房楼搬迁的预备工作。仔细贯彻实施 iso 质量管理标准，加强本科护理质量掌握，进一步规范护理工作流程，按时进行量化考核与质量分析，各项质控指标达到 iso 质量目标要求。组织学习层流干净手术室的相关学问，为病房楼搬迁做好一切预备工作。

11、我科全体护理人员将在医院和护理部的领导下，与临床医生亲密协作，保障医疗平安，改善服务态度，提高护理质量，保障各项质控指标达到 iso 质量目标要求，制造良好的社会效益和经济效益。

医院营销工作方案 9

我院将仔细完成上级部门下达的各项任务，连续发扬我院治病救人、救死扶伤的人道主义精神。围绕狠抓医疗服务质量、加强疾病的掌握和防疫、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，现将营销工作进行如下支配：

一、加强医政管理，提高医疗服务质量

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《执业医师法》、《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；连续推动“放心药房”工程；加大力度宣扬我院特色中医科，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争论、术中协作、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、医疗投诉处理方法，削减医疗纠纷、医疗事故的发生。

二、加强疾病的防疫，抓好传染病的防治管理

1、疾病的预防保健，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，连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，削减产后出血，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。

2、连续推动方案生育工作。坚持有证检查、有证生育、有证手术，严格执行手术常规，提高方案生育手术的质量，削减结育手术并发症，严格禁止出假手术、假证明，做到方案生育宣扬上墙服务。

3、加强方案免疫工作，创建预防接种示范门诊，规范免疫接种门诊，提高方案免疫接种质量和接种率，连续加强预防接种管理制度，对接种儿童进行认真询问核对，严格把握疫苗的禁忌症，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，严格把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，严格执行平安注射操作规程，对各种疫苗实行分室接种，杜绝错种、漏种、重种，避开接种反应的发生。

4、加强传染病的预防管理。我院将乐观开展传染病工作，完善传染病制度建设，进一步落实防治 xx 的各项有效措施，规范我院的发热门诊，严防 xx 的再次流行。进一步完善 xx 防治机制，建立以院长为核心的 xx 防治领导小组，将 xx 的传播途径、防治方法：学问粘贴上墙，全院加强 xx 监测报告，切实做好 xx 防治工作。

三、强化社区卫生服务建设

社区卫生服务连续坚持以健康为中心，家庭为单位，社区为范围，要求为导向。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、方案生育技术的“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。乐观做好两个社区服务站的验收工作。

四、加强职业道德建设

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。

五、深化人事制度和安排制度改革

推行以聘用制为核心的人事制度和安排制度的改革，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，逐步形成果效工资制，调动全院的乐观性制造性。

六、加强医院财务管理

理顺财务关系今年我院连续仔细贯彻财务管理方面的政策、法规及财务工作管理制度，进一步提高财务工的理论水平、业务力量、组织协调力量，做到科室核算准时精确，会计科目精确、数字真实、凭证完整，装订整齐，建立科室收支明细帐。

七、设施设备的购置

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/346002121140010131>