

美容医院网站改版策划书

第一篇：美容医院网站改版策划书

美容医院网站改版策划书

一、目的与要求

企业网站对企业而言具有全面的功能价值（企业形象功能、产品展示功能、新闻发布功能、电子购物功能、人才招聘功能、网上教育功能、技术论坛功能等等）。企业网站特有的全面功能必将提升企业的整体创造力。随着美容医院的知名度和美誉度的不断提升，西婵网站已经成为医院宣传推广运营的一项重要工具，但在网站的运行期间，我们发现其存在着一些不足，为了完美地、如实地展示美容医院的实力和优势，现筹划将网站整体做一次改版，在现有基础上对网站的视觉设计和功能进行完善和提升，使其更好的为企业运营服务好。

二、存在的问题及分析：

主页 图引框片新擎闻 站内搜索新闻头条整形项目专题活动联系方式科室告介绍标题推栏荐广 经典项目组织工程专家中推心荐 皮肤美容美丽沙龙论坛热贴测评专题电子杂志仪器展示 导航：首页

新闻中心

服务项目

专家推荐

美丽沙龙

商城

会员俱乐部

图一

网站首页结构图

1、结构方面存在的问题：

网站结构方面的问题主要集中在首页。其他板块分支大多数结构比较合理，可以继续沿用。

（1）主页：

1、会员登陆框位置太高，不醒目。

2、专家博客链接点开后无任何实际内容。建议取消。

3、主页板块数量高达 21 个，内容过多，网页过大。容易让人失去向下浏览的耐心。

4、热键添加收藏：鼠标划过 logo 即出现是否添加收藏的对话框，不熟悉此操作的网友容易将鼠标一直停留在此小区域内，造成重复弹出，甚至已经加入收藏的也会弹出对话框。容易引起网友反感。建议取消或设置弹出一次后不再显示。

5、中部 Banner 广告：组织工程广告链接到会员服务，链接不正确。

6、仪器展示板块没有标题。护肤 美体塑形热门排行今日靓点

7、主页上专家推荐板块目前只有两位专家，资料介绍也过于简略。

8、站内搜索引擎和科室介绍板块太小，极易被忽略。字的排列间距不等。

9、“商城”板块登陆者甚少，建议从导航条里撤下，换上其它地位更重要的板块。

(2) 在线咨询：

1、专家咨询在目前主页中的位置过于靠下，与其重要功能不相符。

2、专家答疑部分不支持文字换行，导致整体文字排列较乱，不利于用户阅读。

2、视觉方面存在的问题：

1、母栏目与子栏目设计色调、风格各不相同，与医院 VI 亦不甚协调；

2、主页色彩较为冗繁和杂陈。运用的元素较多，略显累赘。板块的排列方式和色彩运用不统一，不成系列。

3、每个分版块使用的模版均不同，有些板块之间风格相差甚远。

4、专家推荐板块部分医生照片比例不对，脸部被不同程度压缩或被拉伸，不自然。医师简介进入最详细一级之后，照片因精度不够而出现方格。

改版方案：

1、整体：各栏目总体风格应统一协调，色调、排版方式须形成系

列化。

2、主页：风格简洁，主画面干净。仅出现 logo、院名

3、搜索引擎应继续优化，搜索结果应显示文章摘要。

第二篇：医院网站建设策划书

医院网站建设策划书(精选多篇)

总的覆盖人群：我认为网站总体就是给两类人看的，其一为搜索引擎机器人，其二为潜在顾客，所以网站不管是从内容还是图片及栏目的设置都要考虑这两个因素。

网站总的目的：也分为两类，其一为展示网站实体形象，其二为促成交易的发生，而我们医院要兼顾这两方面。

先整体来说在这么短的时间内，网站有现在这个效果已经很不错了，bd 收录达到 4000 多篇，虽然有不完美，所以我们才要从细节来完善它。现在我就从首页与具体内容页来分析网站为这两类人所设置而可以更完美的效果。先来说说优点，用的 div+css 方式构造，色调舒

服，版式简洁大方，基础文章量较多，个别关键字排名理想，网站内容版块丰富。其次我个人认为还可以更完美的栏目改变：

一：首页

1.专家推荐。其实我们能留的住顾客除了已经很好的硬件环境外，顾客更看重的是是否安全，医护团队是否专业，这是我们应该重点打造的竞争力，我们有这么好的优秀专家应该着重推荐，所以个人认为这个版面的尺寸偏小了，不是太引人注目，同时首页上只显现了一位专家，稍显死板，建议做成轮换图片式，即主要专家轮流进行显示。

2.加重医院特色的介绍。医院都有其自己的特色，比如 9 对 1 服务，我们的管家部等。这是目前区别于其它妇产医院的重要的一点，可是首页上没有给予太多的介绍与说明。建议加重这一方面的说明，力争把我们独特的一面尽可能展示出来。

3.健康专题栏目。此栏目的专题标

题全是文字，非常直白形式化。虽说顾客会感兴趣，但我想如果能加个副标，用一些温暖人心的文字加以修饰会更巧妙，女性顾客天

生会感性一些。同时可以对一段时间最重要的专题给予首页图片+标题的展示，而不是每一篇都只是文字标题。

4. 友情链接加重本土化。我们现在的主要目标人群还是在本地，所以友情链接可以加一些跟我们合作的知名本地的网站媒体，让顾客看到会有亲切感与信任感。

5. 图片广告位。不要全用固定的 1 张图片，用 flash 的形式可以表现出更多的方面，显现更多的一些想法。比如最底部的：医院比家更温暖的地方，可以用 flash 来表现，一个好的 flash 是很抓人眼球的。

6. 去除死链接。很多栏目与图片虽然有链接但是根本不能点到希望的页面，而只是在本页做锚标记。特别是首页上方左边的四张大的轮换图片，只能

看到每一张图片都点不到具体的新闻页面，这种形式算是图片新闻且这个位置相当的显眼算是黄金位置，所以更应该注意。另外课程预告，宝宝秀场，产后康复，实用工具中都存在这个问题。这也是因为我们前期栏目很多但编辑不够，很多文章都还没有上上去的原因，所以还要加快栏目与文章的完善，下一步才能谈到优化。

7. 顾客实例互动，加深彼此的人情味。新来的顾客她往往会对我们不了解甚至产生怀疑都是很正常的，这个时候除了专家的介绍外，她还会相信一种人群，就是在这儿已经消费过的人群。如何有效的调动这方面的人群，让她们愿意为我们宣传。比如宝宝秀场，这个可以调动妈妈的积极性，同时博客论坛也可以相结合的发挥效果，比如某位已消费过的顾客她在论坛中写了一篇贴子，她消费的过程，她内心的感受，那么这篇文章可以用一个文字链的形式加到首页论坛博客版块来，让潜在的顾客看到，这类亲身体验的文章往往更有说服力，而且同时搜索引擎也更容易抓取。

8. 电台。这是个相当于视频的栏目，首先有这个栏目已经与时俱进，视频新闻的影响力已经在年轻网友中有时点击超过了纯文字或是图文类新闻。去年的消息说今年成都的网速会全面提速，这就跟视频类型的栏目带来了春天。那么用什么样的内容来增加其潜在顾客对这一方面的需求就是很重要的了。除了已经上的内容，还可以加入宝宝

微笑，游泳的内容，专家的形像介绍，工作人员的一些感悟，妈妈的感谢，在不伤害别人的情况下的一些山寨制作，洁净的手术室，专业的团队，护理师教大家如何恢复身材等，做成一个招牌性栏目，像王刚讲故事，而这种视频还可以发到各视频类网站中。

9.加强医院网站的公益功心力。一个善良的人会受到大家的信赖，同时一个热爱公益性的医院会受到顾客的信任。因此在网站上应突出这一点，可以

在某个位置专门分出一个版面叫做：公益活动。或是加到专题活动中去。首先让顾客觉的网站是可以信任的，然后再通过在线咨询与现场人员留住她。

10.电子杂志。电子杂志在 bd 中的搜索也是排名较好的一种方式，比如电子杂志，在 bd 上输—这两个字时都是排到第三的位置。所以体现医院的电子杂志做好后能有效的推广且会产生好的知名度与美誉度。

二：具体内容页，即每一篇文章所在版面

1.图片的缺乏。很多文章都只是文字，没有图片，显的比较枯燥，人对图片的印象很多时候会比文字来的直接，所以建议每篇文章都配一张图，这张图片不但完善了整个文章的趣味，同时用图片来做搜索是很好的一种方式，在其“alt”属性中我们可以人工加入图片的标题与描述，那么在 bd 的图片搜索中很容易找到。建议买一本图库来用，因为网上自己找图片费精力而且很多有版权你不能用。

2.相关阅读。每一篇文章后的相关阅读已经有这个版块，但还没有充实起来，建议直接说明所要打造的关键字，比如这样直接标明：你可能会你可能会感兴趣的人流 文章，这样在整个文章的版面也可以增加其关键字密度。同时这个人流可以跟网站自身的搜索引擎相结合，点击人流后就直接跳入网站内部搜索，搜跟人流相关的所有文章。

3.伪原创文章。原创文章必然是各搜索引擎所喜欢的文章，但很多时候我们不可能每一篇文章都自己写，那么就要加工。即使是采集的其它网站的文章也要做一番修改，即变成所谓的伪原创文章。而这种文章的修改方法很多，比如修改标题，文章的第一段内容，去掉其

它医院的相关信息，适当突出本医院的相关介绍等。不一而论，总的要求就是不要跟其它网站的文章内容一模一样或是非常相似。

4.文章内部的链接。当我们打造一

个文章的时候，要有意识的把其相关的内容也加入进来，这个除了用第 2 点说到的相关阅读外，另外文章内部也应该加入链接，比如我们写一篇文章来介绍妇产科，那么必然医生也要写进去，那么这个医生的姓名处就可以加内链，链接到介绍她的页面。所有的文章都这样相互链接，就如蜘蛛网一样，虽然相互分开但也相互紧密连接。让潜在顾客更可能在我们的网上呆久一点，看的文章更多一些，那么留下来的可能就更大一些。这个同时还可以增加我们的 pv 值。而还有一种打造新闻软文的方法是在文章的开头直接标明：本文的相关报道，这个可以把一个事件说出来像新闻一样，有过程，有起因发展，有后续，这样不但有了内链同时说明了此事件的活跃性，它不是死的，不是呆板的放在那儿。这样放在一起又相当于一个事件的小专题。众所周知，搜索对专题是很亲睐的，专题往往更容易排到前面。

5.文章导读的加入与分页标签关

键字。导读可以让读者最快的了解这篇文章它说明了一个什么问题，导读做的好可以吸引人阅读，现在网上内容众多，一个人精力是有限的她不会每篇文章都看的非常仔细。同时导读中还可以我们有意识且合理的加入关键字。另外如果一篇文章很长，那么建议分成两页，那第一页的最后面就可以写明后一页主要说明的问题，一般就是几个字也可以打造成关键字。让读者既明白又增加了其密度。

第三篇：厦门医院网站策划书

厦门医院网站策划书

（征求意见稿）

第一章 医院建设网站背景分析

1、医院建设网站的意义

随着互联网技术的广泛应用和飞速发展，医院网站已经成为医院进行自我宣传、提供网上服务及医患交流的重要手段。目前厦门地区三级医院均建设了医院网站，网站建设率达到 100% 。厦门新开元医

院作为厦门现代化综合性二级医院，更应该建立自己的官方网站，为构建和谐医患关系，为推进医药卫生体制改革营造良好的网络舆论环境。

医院通过在网上建立网站，既可以向外介绍医院的基疗特色和 related 服务，宣传医院的科室、专家、树立其良好的医院形象，宣传推广医院开展的新技术、新项目、动态地发布医疗、科研等最新信息、展示技术实力、拓宽服务范围，吸引更多的患者，又可以进行健康教育宣传，回答患者的咨询，减少了患者的奔波，大大拉近了医院和患者的距离。

2、医院建设网站的理由

在 Internet 上建立医院的网站在数字化时代的进化过程中，提升医院形象，加强患者服务，这是医院发展的致胜之道。医院建立一个网站可以立即享受到以下的好处：

提升医院形象：网络的呈现方式有别于一般的平面广告与电视媒体或广播电台。网站也是医院无形资产的一部分。

加强患者服务：医院通过在网站上不断更新内容及时公布了医院最新的发展动态、医疗信息以及专家情况等第一手资料，为患者选择就诊场所提供了较大的选择余地，大大方便了患者，在一定程度上缩短了就医“路径”，减少了患者一部分不必要的费用支出。网站商务通更是为患者提供了直接与医生交流的平台，虽然无法全部满足患者网上就诊的需求，但还是尽可能多地解答了患友的疑问。

第二章 医院网站定位

宣传的平台——任何网站的建设是为了宣传，树立一个良好的网络形象，向潜在的服务人群传达自己的信息。

服务的窗口——这是一个面向不同对象的服务窗口：

患者——为其提供疾病信息、治疗信息及相关健康资讯等并提供在线导医、预约等服务。

医生和管理者——他们有借助网站进行交流，可以服务更多的社会人群。而管理者则可以通过网站深入了解自己的医院以及外界对于医院的声音。

广大网民——可以全面了解医院的资源信息，并能从中获得一些防病治病等方面的知识。

品牌的传播

创品牌，提升品牌形象和价值，是网站承担的重要责任之一。

第三章 网站栏目功能分析

（一）网站语言：简体中文

（二）网站设计风格

以美观大方为基础，以大多数浏览者阅读习惯为标准。网站属性为垂直型网站（中文版）

（三）栏目规划

1、医院概况：包括院长致词、领导班子、发展历程、机构设置、乘车路线等基本情况。主要以图片和文字的形式作出。（图片包含医院的建筑楼、门面、大厅、候诊厅、病房、乘车路线图等）。

2、医院荣誉：介绍从建院以来医院集体和个人获得的各种荣誉、证书。以文字、图片的形式列出。

3、科室介绍：需要有相关的科室照片、科室主任医师的相片、科室设备的照片和相关文字内容。内容包括科室的特色和对科室治疗疾病种类的介绍，医师团队的介绍和成功治愈病例的介绍等，包括业务科室和行政科室。

4、专家介绍：点击科室即可看到该科的专家照片和名字再点击照片或名字即可看到他的简介，最好可以提供医生出诊时间安排表。（反映医院的就医实力，让患者更放心就医。）

5、医疗设备：用静态的彩图和动态 flash，美观的展现给浏览者医院的医疗设备。

6、医院技术：该栏目是介绍医院针对各类疾病的治疗技术方案。

7、医院动态：以滚动窗口连接方式显示出头几条新闻题目，并注明每条新闻发表的日期，在新闻框的右上角设置‘more’的链接。

8、就医指南：内容包括联系我们、就诊须知、住院须知、挂号须知、取药须知等介绍，这些链接有相关的文字介绍和流程图。

9、门诊安排：在首页位置处，设置一个“门诊安排”，点击进入

医院的科室医生门诊出诊时间安排表，左边要列出科室导航栏，点击各科室专家姓名后可以看到该专家的照片和简介，方便患者就诊选择和安排。

10、挂号预约：使患者能够在线预约某个医师以就诊，进入预约对话框，填写个人信息和病历简介完毕后点击提交即可

11、在线专家门诊：在网站上开辟专门平台，值班专家可以网上看门诊，同时和多位患者进行对话交流。该栏目可以设置成有会员权限的用户可以使用。

12、网上答疑：患者可以在医院的网站上留言，提出问题，医院人员可以离线答复，增强医患之间的互动性。

13、医保政策：以图片、文本形式列出医院的医疗保险制度和医保内容相关的医保政策

14、联系我们：以文本或图片形式显示出医院地址、乘车路线、咨询电话等。

15、健康知识：主要用于医疗咨询查阅，包括医学知识、疾病专题、医药快讯、疫情防控、用药常识、常见疾病知识，以文本和图片的形式。

本章需要医院及其它科室配合的内容

1.医院可以根据医院管理需求及网站建设需求提出设立相应的栏目，及时反馈沟通，以便我们做出相应的调整。

2.医院应该提供以下信息，以便我们完善网站信息，丰富网站内容：

(1) 就诊须知 (2) 就诊流程 (3) 社区转诊 (4) 住院须知

(5) 医院规章

(6) 科室设置

(7) 医院简介

(8) 医院照片

(9) 医院文化

(10) 科研成果

(11) 公益活动内容及照片

- (12) 医院荣誉锦旗感谢信照片
- (13) 医疗保险政策制度
- (14) 为兵服务资料, 文字, 照片
- (15) 党团建设, 文字, 照片
- (15) 其它需要放在网上的资料

3.其他科室应该提供以下信息, 以便我们完善网站信息, 丰富网站内容:

- (1) 科室简介
- (2) 科室专家介绍、特长信息, 照片
- (3) 科室专家出诊时间
- (4) 科室医疗技术介绍。
- (5) 科室动态。
- (6) 科室环境照片至少 5 张
- (7) 与科室相关的科普文章至少 5 篇
- (8) 荣誉锦旗感谢信等

第四章 医院网站网页设计

1.主要采用和谐的色彩, 突出重点, 配搭出美观的页面, 增加网站的吸引力。

2.设置网页背景颜色、上传背景图片。

3.设置网站中的内容文字、表格、列表、导航栏等的背景颜色和文字颜色。

4.在实践中做到导航清晰, 布局合理, 层次分明, 页面的链接层次注意不要太深, 尽量让用户最短时间找到需要的资料。

5.风格保持统一, 加深访问者对网站的印象。

6.使用动态效果适当, 对网页起到画龙点睛的作用。

本章需要医院配合的内容

我们设计人员做完网页, 提交给医院, 医院应该及时给出意见和建议, 以便我们进行网站程序的开发。

第四章 医院网站程序开发

网站程序开发找专业的网络公司完成。

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/365101232332012002>