

## 民营医院的客服管理

医疗市场竞争的日趋激烈，使医院必须向就医顾客提供更好的优质服务和人文关怀，全面贯彻和体现“以客户为中心”的服务理念，为就医顾客提供诊前、诊中、诊后等完善、全面、高品质的一体化服务，这样才能保证医院的生存与发展。而要完成这一使命，仅靠医院现有的机构显然是不行的，因为一般医院现有的机构还不具备这样的整合职能，因此，需要成立一个专门的机构来负责向客户提供一体化的服务，这个机构就是医院客户服务中心（客户部）。通过这个专门的机构，医院就可以有的放矢地为就医顾客提供完善的服务。

客户服务中心是民营医院内部一个专门的机构，“服务至上”是客户服务中心的宗旨，要围绕这个宗旨为就医顾客提供诊前、诊中、诊后等完善、全面、高品质的一体化服务，那么就要做好客服的管理。

### 客服工作职责范围

●客户服务中心向社会公布中心电话号码及本院网址、QQ 号码，接受健康咨询（包括现场咨询）、预约专家、预约检查、预约居家医疗护理、邮寄检查单、电子邮件联络、就诊协助、客户电话回访等形式多样的诊前——诊中——诊后服务。

●对于客户的有关咨询，客户服务人员要认真回答，详细解释，凡属专业性较强的问题，不能准确回答的，要很礼貌地告诉客户找专业科室或专家咨询，并告知电话号码。

●做好网络方面的咨询、预约等相关的工作，注意回复应及时到位。

●做好客户的咨询、预约就诊的登记工作，并每日统计、跟踪到位。

●深入各个临床和医技科室以及其他相关部门，收集各种医疗技术与服务信息，为客户提供更优质的咨询和导医服务。

●熟悉各科室的功能和所开展的医疗技术项目；熟悉各科专家的专长、出诊时间以及专科出诊时间；掌握各科常见病的分诊和防治知识；了解常做的检验报告的数值和临床意义；与各科室做好沟通，密切配合。

●为客户分发各种化验、检查单，协助办理各种诊断证明书。有需要邮寄或者电话通知的，要在结果出来一小时内办理完毕。

●对于来院客户在接受服务过程中，有需要帮助的，及时提供帮助，特殊客户需陪同检查治疗的要予以陪同（包括代客人计价、交费、取药，护送各类检查、治疗等工作）。

●负责入院顾客的全程服务。当门诊各科室有顾客需要住院时，马上通知门诊大厅的客户服务中心，由中心派专人帮助顾客办理入院的各种手续，一直把顾客送到病房并交给主管医生和护士。相应科室接到顾客后，即时启动科室及医生、护士的客户服务程序，运

用医院的各种优质服务和服务创新措施，对顾客的诊断、治疗、护理、生活等过程实行全程服务。

●凡科室提出需帮助办理出院手续的，协助其办理出院手续。对有特殊情况需要马上离院的出院顾客，可由顾客本人或其家属签一份委托书，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，顾客可先离院。由中心代办出院手续，然后按约定的时间或者方式送到顾客手中（顾客到中心取回或者由中心派人寄送到家中）。

●负责出院顾客的电话回访，客户服务资料的汇总、分析和整理，每月做出分析报告供领导和有关部门决策。

●负责导医、护士的礼仪培训，领导并管理导医工作。

●负责客户的投诉处理，每周填写《医院客户服务意见表》，将一周内客户对医院的服务意见和建议进行整理，送交营销主管部门。

●做好医院各种宣传资料的发送工作。

●计划培养医院忠诚的客户群。

### 客服服务规范

●树立“以客户为中心”的服务理念，积极、主动、热情地为顾客提供人性化、个性化、优质化的高品质服务。

●中心所有客户服务人员都要统一着职业装、佩带胸卡和淡妆上岗，做到仪表端庄，整洁大方，以饱满的精神接待每一位就医顾客及其家属。

●使用文明礼貌用语，做到就医顾客来有迎声、问有答声、走有送声。执行首问负责制，耐心解答、主动关心顾客需要，为顾客排忧解难。

●认真接听各种来电、接收网络咨询信息，以抖擞的精神应对各种来电、咨询。

●禁止客服电话、网络用于工作无关的方面（如聊天、上网）。

●自觉遵守医德规范、劳动纪律、医院各项规章制度。

### 客户服务中心工作流程

1. 在医院总经理的领导下开展工作，并对总经理负责。

2. 制定客服目标任务与绩效考核办法，按时完成任务及考核。

3. 严格执行客服工作职责范围与服务规范。

4. 与经营部、市场部、企划部密切配合开展工作。

5. 与院内其它各部门、科室协调配合工作。

医院营销管理的核心是客户关系管理，营销职能部门主要侧重于全院营销的策划、组织、协调和业务指导，不可能负责全面的客户服务，所以，医院在成立营销职能部门以后，还必须成立客户服务中心，并纳入医院的营销体系管理，同时客户服务中心还要加强与医院各个部门和科室的密切配合，只要真正做到了“客户想到的，医院保证做到”，“客户想不到的，医院要替客户想到”，那么，医院的服务才会获得就医顾客的满意和忠诚。

## 北京某医院管理规定

为切实加强医院管理，转变服务理念，改善服务态度，规范员工行为，不断提高医疗服务质量，根据民营医院的运营特点和本院工作实际，经研究决定，特对部分规章制度公布如下，望全体员工认真学习，遵照执行。

### 一、工作时间的规定：

1. 医院实行对外全年全日开放，做到全年无假日。

2. 员工内部实行每周六天工作制，每日 8 小时工作制，法定假日按国家规定执行。

3. 各科室实行值班制，以确保医疗业务工作的正常开展。具体排班由科室负责人（护士长）负责安排，科室人员定编后法定假日、公休假由科室自行安排解决。各科室当月排班表应在上月 28 日前报医务科、办公室。

4. 在不影响工作的前提下，员工原则上每周安排一天休息，确因工作原因无法安排，休息可作推迟，但必须在当月休完，隔月作废。

5. 除必须坐班人员外，其他值班人员在值班当天晚上 11 时后未起床工作的，次日不安排休息；晚上 11 时后工作者可视工作时间长短由科室自行安排最多不超过半天的休息。如属一个人的科室要停诊休息的需经院长批准。

6. 确因工作需要拖班，（如手术室等）未超过本人工作上班时间一小时者作误餐处理（误餐费 5 元/次）；超过一小时以上可作加班，科室视工作情况作调休或加班处理。

7. 职工参加继续教育和晋升晋级的学习，原则上应利用本人休息天，平时休息天可根据工作需要累积，在学习需要时作调休，如积休不足时可以请假，平时积休不得用于学习外的其他需要，亦不得提前休息用于学习假。无论是请学习假还是利用积休学习的员工必须出示相关学习证明。

8. 按国家规定的法定假日各科室可视工作情况轮流调休，调休确有困难，经院领导同意可作加班处理。

9.非值班人员自行上班者，医院不作加班处理，但可按实提取效益工资。

10、医院开展义诊公益活动和集体综合性体检，员工应无条件服从安排参加义诊。

## 二、考勤及假期规定

1.员工上下班需在门诊大厅进行打卡（指纹考勤），考勤记录由各科室统计后在次月2日前报办公室核准交财务部门。

2.病假：病假需医院相关科室出具病假证明。1-2天病假由科室负责人签署意见后交部门领导审批。3天以上需报院长审批。

3.事假：事假需经科室负责人签署意见后报部门领导审批，经院长同意后方可离岗。

4.婚、丧假按相关规定执行。

5.员工请假后必须按时返院并到办公室销假。

6.旷工、续假未经同意或擅自超假，均按旷工处理，扣罚本人旷工天数三倍工资，并扣除当月效益工资，旷工超过3天者医院予以除名处理。

7.员工休息或外出必须告知科室负责人及行政总值班去向和联系方法，通讯设施必须通畅，以便有特殊情况时进行联系，否则由此造成的损失要承担相应责任。

8.员工上班迟到、早退10分钟内，每次罚款10元，超过10分钟，每5分钟罚款10元，一月内累计超过2小时按旷工半天处理，超过4小时按旷工一天处理。因特殊原因第一次迟到的免于处罚。

9.医院召开各种会议，需参加人员必须按时到会，无故缺席或迟到，每次扣罚10元，一个月累计3次加倍处罚。各科室或部门每月上报考勤记录的同时应将所有无故缺席、迟到人员的名单上报办公室审核后由财务部门执行。

10、上班、值班期间无故脱岗、串岗、扎堆聊天、做私事等查到一次扣罚5元、

## 三、工资福利待遇

1.院部根据员工的技术职称、工作能力、工作业绩、接受教育程度等综合因素与员工协商确定基本工资。

2.部分实行保底工资的专科人员，每月以30-31个工作日计算。

3.每月15日发放上月工资。

4. 员工因病在本院门诊、住院、就诊看病。免收挂号费、检查费、治疗费、处置费、手术费，床位费、放射费、检验费等。一次性材料收取成本费，药费按成本收取，院外治疗不予报销。

#### 四、规范行医规定

1.遵纪守法，要树立良好的医德医风，全心全意为病人服务。按照《医疗机构管理条例》、《执业医师法》、《护士管理办法》及时办理注册手续。认真执行《传染病防治法》等有关法律、法规。

2.实行首诊负责制，不得推诿和接诊非本科病人。因服务态度不好而被病员或家属向院部或上级部门投诉，一经查实，扣罚 500 - 1000 元/次。

3.对病人及病人家属要做到热心、耐心、细心，不管任何原因均不得与病人（家属）争吵，发现争吵扣罚 100 元/次。

4.认真执行卫生部《病历书写基本规范》（试行）和《处方管理办法》（试行）；对书写不认真，经抽查符合率达不到规定要求者，每下降一个百分点扣罚 10 元/月。

5.严格执行各项医疗操作常规，发现违反操作规范，出现差错，每发现一次扣罚 20 - 100 元/月。

6.上班时不得化浓妆，工作衣帽要着装规范，挂好胸牌，违反者扣罚 10 元/次。

7.因人为因素造成医疗纠纷、事故，出现经济赔偿时，当事人需承担总费用的 50%，并扣发当月效益工资。

8.利用职务之便收受病人红包，每发现一次扣发当月效益工资，并处以红包数额十倍的罚款。

9.向病人索要财物，提出吃请，发现一次扣发当月效益工资，并处以罚款 200 元。

10.病人就诊三次或观察三天不能明确诊断（疑难病除外）经治医生不提出会诊，造成贻误诊断治疗者，发现一次扣罚 100 元。

11.一人一针一管一用一天菌执行率 100%，发现一次不符扣 100 元。

12.常规器械消毒灭菌合格率 100%，发现一次不符扣 100 元。

13.门诊处方合格率≥95%，每低 1%扣 20 元。

14.门诊病历书写合格率≥90%，每低 1%扣 20 元。

15. X 光摄片甲片率≥30%，每低 1%扣 20 元。

16. B超检查阳性率 $\geq 20\%$ ，每低1%扣20元。

17. 卫生技术人员三基考核合格率100%，护理技术操作合格率100%，基础护理合格率100%，一级护理合格率80%，护理文书书写合格率 $\geq 85\%$ （合格标准80分）；合格率每低1%扣20元。

18. 严格执行《传染病防治法》，法定报告传染病漏报率为0，发现漏报一例罚100元。

## 五、其他规定

1. 医院收入统一由财务及收款处入帐，其他任何科室和个人不得私收、截留、坐支、挪用，一经发现从严处理。

2. 医院废品统一由后勤工勤人员收集，可以收集的废品应全部收回，其收入如数上交财务入帐。

3. 医院布置的各项统计报表，各部门要认真如实及时上报，要做好各项数据的保密工作，不得随意外泄。超过上报时间或不报，每出现一次扣罚10元。

4. 员工不得向中西药房借药，药剂人员不得对未收费处方发药（危急抢救病人例外）和擅自赊（借）药品，违反者罚发药人员三倍的药款。

5. 加强水电管理，杜绝浪费。下班离开办公室前要关好水电，发现未关自来水、电灯、空调每次扣罚20元。

6. 爱护公物，无故损坏公物（含医疗器械）按规定赔偿。节约使用各种耗材，各科室使用的耗材均纳入科室成本。

7. 为鼓励员工出全勤，医院设立全勤奖，凡在规定时间内出满勤的员工，年终奖励200元。

8. 员工在各类刊物上发表署有本院院名的论文、报道及宣传医院的文章，视覆盖面的大小给予50-500元的奖励（不含广告策划部人员）。

9. 员工为医院发展献计献策，被医院采纳并取得效益，视效益大小给予奖励，贡献大者给予重奖。

六、本暂行规定解释权属医院管理委员会

七、本暂行规定自2008年3月1日起实施

## 医院服务制度

### 一、人性化尊称制度

1) 要根据病人的年龄，性别，职业，职称选择合适的尊称，如王大爷、张女士、李老师、赵科长等。

2) 禁止直呼姓名，禁止直呼床号。

## 二、人性化服务制度

1) 与病人交谈时，语言要文明，语气要亲切，自觉使用“服务用语”，严格做到不训斥、不埋怨、不吵架。

2) 对病人要多一点尊重、多一点理解、多一点解释、多一点鼓励、多一点帮助。

3) 在为病人实施诊疗、检查、手术等过程中，多使用安慰性、鼓励性语言，不谈论与其无关的事宜。挂号、收费、取药等窗口，服务要主动热情，不闲聊，不拖延。

4) 禁态度冷硬，禁作风推诿，禁接诊草率，禁治疗粗心。

## 三、首接负责制度

1) 当病人来院就医、咨询、投诉时，首位接待人员为“首接负责人”，要认真负责到底。

2) 属于本科室职责范围的事宜，能够马上解决的，要立即给予答复。不能立即解决的，要讲明原委，并在3日内答复。

3) 非本科室职责范围的事宜，要将病人引导至责任科室，并负责督促责任科室在规定时间内尽快解决。

## 四、无假日服务制度

1) 门诊部节假日、双休日照常三级医师查房、诊治及手术。

2) 住院部节假日、双休日照常三级医师查房、诊治及手术。

## 五、便民服务制度

1) 门诊设迎宾员、导医员，为病人提供帮扶、义务导诊等服务。

2) 开设便民门诊，方便病人开药。

3) 70岁以上老年病人免收挂号费。

4) 门诊中药房提供代煎中药服务。

5) 设专人负责住院病人费用转帐、标本取送及夜间取血、取药等服务。

6) 责任科室为远离市区病人免费邮寄检验、检查报告单。

7) 病区护士站代售电话卡。

8) 行动不便的病人出院时，责任科室要用轮椅或担架将其送至车上。

## 六、陪送陪检制度

1) 对门诊危重病人及行动不便的病人，便民服务队要陪送就诊、检查治疗。

2) 对急诊危重病人，预诊室护士要协助挂号，便民服务队要陪送检查。收入院过程中须由医生或护士护送。

3) 住院危重病人离科检查或治疗时，主管医师须携带必要的抢救药品等全程陪同。

4) 实施全麻手术的病人，术后须由手术医师、麻醉医师、手术室护士护送至监护病房，并进行交接。

## 七、“急救绿色通道”制度

1) “120”急救电话24小时开通，专人接听。

2) 接到“120”急救电话后，3分钟内出诊。病人到院后，立即救治，急会诊医师10分钟内

到达。

3) 对交通事故、重大创伤病人，由急救中心发给“绿色通道”医疗卡（有效时间 8 小时），相关科室应立即抢救、检查、诊疗或手术。

#### **八、专家全天门诊制度**

- 1) 门诊专家全天应诊，以确保诊疗过程的连续性。
- 2) 如因紧急会诊等原因离开，应有专家接替并交接清楚。

#### **九、限时服务制度**

- 1) 挂号、收费、取药窗口排除时间超过 10 分钟。
- 2) 门诊候诊时间平均不超过 30 分钟，接诊时间不少于 8 分钟。
- 3) 门诊一般检查项目随做随发报告单，血流检查 2 小时发出报告单。生化系列、免疫、肿瘤标记物等项目，当日下午 2 时前发出第一批报告单，4 时前发出第二批报告单（其它特殊项目除外），
- 4) 诊检查项目随到随做，即发报告单。
- 5) 部透视、胃肠钡餐透视、骨密度仪检查、ECT 检查、随检随发报告单；超声检查 30 分钟内发出报告单；X 线摄片、CT 检查、MR 检查 2 小时内发出报告单（疑难病例除外）。
- 6) 诊影像检查即发临时报告单。
- 7) 心电图、肌电图、动态心电图随检发报告单。
- 8) 窥镜检查，随检随发报告单。
- 9) 理检查 3 天内发出报告单，快速切片 20 分钟内发出报告单。
- 10) 实施住院手术连台制，择期手术病人术前住院日不超过 72 小时（特殊情况除外）。

#### **十、报告单集中发放制度**

- 1) 在检验科大厅设立报告单集中发放处，专人负责发放门诊检验、病理报告单。
- 2) 门诊手术室、妇产科、内窥镜室病理标本由病理科专人收取，并在 3 日内将检查报告单送至检验科大厅报告单发放处。

#### **十一、医护人员介绍制度**

- 1) 病人住院期间，首次查房的医护人员应向病人介绍自己姓名、职称、职责。
- 2) 主管医师应向病人介绍本医疗组的情况，责任护士应向病人介绍病区环境、设施功能、陪护探视制度等。

#### **十二、住院病人恳谈制度**

- 1) 病人入院后，医生、护士要主动、热情地与病人沟通。
- 2) 主管医师要及时将病人的诊治、治疗措施、病情变化及预后向病人或其亲属交待清楚，并认真听取他们的意见。
- 3) 责任护士要及时了解病人的心理状态，有针对性地进行疏导和心理护理。
- 4) 临床医师在使用贵重药品、自费药品、特殊材料及实施特殊诊疗、大型仪器检查前，应向病人及其亲属讲明诊治目的、效果、风险和费用，征得同意后由本人签字（无签字能力的病人，由其近亲属签名）。

#### **十三、出院后续服务制度**

- 1) 病人出院时，医护人员要详细讲明出院后的注意事项、复查时间及医护人员的联系电话，并主动征求病人的意见及建议。
- 2) 医生定期随访病人出院后的情况，对其用药及康复治疗进行指导。
- 3) 信息科设置专用电话，专人负责，每月按出院病人总数 5%进行电话回访。

#### 十四、社会服务承诺制度

- 1) 严格执行急救医疗、门诊医疗、住院医疗、药品质量、医疗收费、文明服务六个方面的服务标准和时限。
- 2) 通过医院公示栏和新闻媒体向社会公开承诺。
- 3) 如有违诺，给予病人相应的经济补偿。并按《社会服务承诺考核、接诉、处罚实施细则》对责任科室、责任人作出处理。

#### 十五、服务质量监督制度

- 1) 工作人员佩戴胸卡上岗。病区宣传栏内公示医生、护士的姓名、职称等，便于病人监督。
- 2) 住院病人费用日清日结，每天可供患者查问费用（清单）。门诊收费处将药品名称、单价、数量、金额以及检查等价格全部打印在交费单据上，自觉接受病人及社会的监督。
- 3) 医院聘用不同单位、不同行业、具有广泛代表性的人员为社会监督员。每半年开一次座谈会，征求意见，改进服务。
- 4) 在医院宣传栏及新闻媒体上公开刊登关于禁收“红包”等职业纪律规定，自觉接受社会监督。
- 5) 医院每半年分别进行一次门诊病人、住院病人满意度调查，调查表发放量不少于当日门诊病人的 10%、住院病人的 30%。护理部每季度对护理工作进行调查。
- 6) 医院每季度召开一次住院病人座谈会，病区每月召开一次病人座谈会，听取他们的意见和建议
- 7) 向社会公开服务监督电话。

### 医院员工奖励细则

#### 总则

加强员工遵纪守法的主动性、自觉性，规范员工行为，提高员工素质。

适用范围：\*\*\*医院全体员工。

#### 第一章 奖励

一、奖励范围对有以下表现者之一的员工均给予奖励：（如下表）

二、奖励办法：采用一次性奖金的定期或不定期的奖励办法

三、奖励程序 1、1) 有符合奖励条件者，由其所在部门、科室及时提出申请，报人力资源部；2) 人力资源部审核，签署意见后报总经理决定；3) 经总经理签字后生效；4) 凡获得奖励的者均由本院大会宣布，并张榜公告；5) 奖励事宜记入员工档案；6) 奖金在颁布时发放兑现。  
2、1)由总经理特准签字；2) 获得奖励者由本院大会宣布，张榜公告；3) 奖励事宜记入员工档案；4) 奖金在颁布时发放兑现。

定期奖励：

奖励项目	奖励标准	连续三年以上获此奖的奖励
杰出人才奖	现金 10000 + 荣誉称号 + 证书 + 晋升 (或晋级)	国内、外旅游、特别有薪假期、特别红利、特别奖金
优秀员工奖	现金 1000 + 荣誉称号 + 证书 + 晋升 (或晋级)	
模范部门奖	现金 5000 + 荣誉称号 + 奖杯 + 证书	
优秀领导奖	现金 2000 + 荣誉称号 + 证书 + 晋升 (或晋级)	
管理明星奖	现金 2000 + 荣誉称号 + 证书 + 晋升 (或晋级)	
精英奖	现金 2000 + 荣誉称号 + 证书 + 晋升 (或晋级)	
创新之星奖	现金 2000 + 荣誉称号 + 证书 + 晋升 (或晋级)	
服务之星奖	现金 1000 + 荣誉称号 + 证书 + 晋升 (或晋级)	
特殊贡献奖	现金 2000 + 荣誉称号 + 证书 + 晋升 (或晋级)	
其他奖励	荣誉称号 + 证书 + 各类物质奖励	
说明：国内、外旅游、特别有薪假期、特别红利、特别奖金等奖项的具体数额由本院总经理办公会讨论决定		

不定期奖励		
类别	奖励项目	奖励标准 (元)

嘉 奖	○在本职岗位工作表现优异，收到病人或家属锦旗、表扬信或登报者——	30
	○工作认真，积极努力，经常适时完成任务突出者——	50
	○听从指挥，互相协作，事例突出者——	50
	○热爱本职工作、热心服务，有具体事例者	50
	○工作认真负责，成绩显著者	50
	○有先进事迹，足为其他员工学习者——	100
	○积极维护公司荣誉，在客户中树立良好的形象和口碑	100
	○在优质服务活动中关心、体贴、帮助病人而收到病人的表扬信；或在工作中遭受委屈而表现出高尚风格者。	100
	○医疗技术精湛，工作成绩突出，在抢救高难、危、急、重症病人时有功，为医院创造出显著的社会效益和经济效益者。	200 – 500
	○敢于同损公肥私、失职渎职、偷窃等不良现象作斗争，在维护医院利益，制止重大事故及医疗差错、纠纷的发生中表现突出，使医院利益和病人生命免遭破坏，为医院带来良好声誉，作出重大贡献者。	200 – 500
	○对医院工作提出的合理化意见和建议被采纳，并有显著成效者。——	300 – 600
	○认真学习，刻苦钻研，努力提高专业技术水平，在各级各类考核考试中成绩优异，或在本职岗位上任劳任怨，默默奉献，成绩突出者。——	300 – 600
	○工作勤奋，超额完成任务，当月被评为“优秀员工”者——	300 – 600
○积极开展新技术、新项目，填补本院以及省、市医学空白，社会经济效益显著；或荣获市级以上科技论文奖、科技进步三等以上奖励，或受到上级各有关部门立功表彰者。——	300 – 600	
○在国家级、国外专业杂志上发表学术论文的。	300 – 600	

## 医院企划总监必备素质

## 第一：首先要理解企划总监工作岗位职责，应该要做什么？

职位核心概要：在医院总经理（或分管企划的副总经理）的直接领导下对医院进行各类企划工作，可包括活动策划、SP策划、公关策划、营销策划、广告策划等、还有医疗市场分析、医院战略发展定位、媒体投放策略、媒体投放、广告制作等所有对外的宣传工作及对内的企业文化建立等相关的工作内容。

岗位责任核心内容：

1、对企划部门人员，包括设计、文案、营销、客服等岗位人员的工作内容、工作职责、日常工作分工、工作绩效考核等进行统筹协调规划；

2、对医院所进行各项活动、广告、公关活动、营销等进行整合策划，并进行细则规划及进行跟踪落实实施，直至完成达到既定的目标效果；

3、对门诊导诊、电话咨询、医生接诊率、病人满意率、网络数据、营销等统计数据进行分析并总结出分析结论，包括初诊量、复诊量、复诊率、病人群体、病人年龄段、区域病人、目标病人特点、消费习惯、了解医院病人来源渠道、经济实力等，为医院经营提供第一手资料，同时也为企划方案的制定及决策提供必要的市场情报信息依据；

4、收集竞争对手相关信息，包括竞争对手的核心科室、开展病种项目、特色治疗方法、相关仪器设备、医务人员规模及业务职称水平、媒体投放策略、媒体投放类型、媒体投放内容、相关活动策划内容及效果等；

5、对区域主流媒体分别进行攻关，建立良好的合作关系，一来为能拿到最优势的媒体时段及媒体价格打好基础；二来为医院的新闻报道、“软”性宣传，铺平道路；所以跟媒体建立良好的合作关系至关重要。

6、不定期给部门内人员进行相关的业务培训，只有拥有一支专业的企划团队，加强协作，发挥团队力量，才能真正做出适合自己的企划方案，才能把方案细节执行到位，体现效果。具体培训内容可包括：医院如何做营销、医疗文案如何写及把握技巧、医疗广告定位及媒体投放策略、什么样的广告算好广告、电话咨询人员接听技巧培训、如何按照病人需求做好各项医疗服务等相关的培训。

7、不定期对医院阶段性发展进行总结，分析，哪些做的不足，需要调整，哪些做的比较好，需要再继续巩固，挖掘可以发挥的空间及可推广的形式，力争取得最大的宣传效果。拟定可行性文件及建议提报给总经理（或分管企划的副总经理），供其为医院长远发展作战略决策提供有效信息；

第二：在了解完，应该做什么之后，接下来就要知道，怎么去做的的问题，应该从哪几个方面着手去做？

企划所有的工作方向分二块：一是对外的宣传：即针对我们医院的目标群体（知道、了解我们医院、并愿意来我们医院看病，且一直都愿意来的这些人），我们所采取的对外的任何宣传方式、方法达到最终让他们来我们医院看病这个目的等。二是对内的宣传：即让医院所有的医务人员等怎样以病人愿意接收的方式，满足他们需要，我们所要考虑达到

此目的要做的种种方式、方法等，这二个工作方向都是为了一个目的，就是提高医院效益，即力争医院获得最大的经济效益及社会效益。只有这二点同时做好了，企划在医院发展的重要作用才能真正体现出来。

企划所做的一切都是围绕这些，具体操作可以从以下几个方面为方向着手，当然每个医院的实际情况不一样，所处的发展阶段不一样，还有医院决策层的发展经营思路也不一样，可能操作的方式方法都有所不同，这一些也是影响企划方式、方法的重要因素。

一、成立企划部，健全部门相关人员的配备及相关工作岗位职责规划及制度规范是前提，只有一个专业团队才有可能做出完善的企划方案，才能执行好，取得好的效果，部门几大基本职能岗位具体可包括：专业平面设计人员、专业医疗文案、电话咨询人员、网站制作维护及网络推广人员、医疗营销人员、客服人员等。

二、系统的市场分析是基础，优秀的企划人员，必须具体良好的市场分析能力，这才有可能为企划方案的制定提供有效依据，具体可包括，区域市场的特点，区域群体看病的习惯、行业市场竞争格局、针对行业区域相关医疗政策、我医院自身的情况、优缺点、医生实力、开展项目有无特色、区域市场的媒体情况、行情等等，还有目前医院在老百姓心中的印象这一点非常重要，这也是我们前期第一步所要面临及要解决的问题；

三、良好有效的宣传通路是企划的执行实施关键因素，不可忽视。我们要在了解市场的前提下，分析常见的对外宣传通路：包括对外媒体广告（电视、报纸、户外等）、院刊杂志、礼品派送，对外营销团队组建、社区义诊规划实施、社区合作医疗联盟建立、社区健康大讲堂的规划开展等等形式，这些都是常见的宣传推广手法，各个地区情况不一定，执行的难度跟效果都不一样，这需要在了解实际情况根据现状确定我院的宣传通路，并逐个进行规划落实，各个宣传通路相互配合，互补，效果会更佳。

四、针对不同的节日或特殊的日子筹办重大活动，进行系统运作推广，比如3·8妇女节妇科可以搞“女性健康工程”活动，爱眼日眼科可以搞“眼科白内障复明工程”，男性健康日泌尿科可以搞“男人也需要呵护”大型倡议活动，情人节或圣诞节美容科可以搞“让美丽与您相约圣诞、点燃爱情”大型活动，春节医院可以搞“把握健康，开心回家团聚过新年”活动等等这些，当然这些活动都需要系统的筹划，有目的的进行，只有进行充分的准备，执行到位，把活动关键点做细做精做活才能取得意想不到的效果，如果只是空喊一句“口号”这样的活动不可能取得好的效果，特别注意，有时准备不充分、协调不好的活动、目标不明确的活动，不但没什么效果还浪费人力、物力、财力，甚至还会给医院带来负面的影响，这就得不偿失了。

五、有影响力的公益活动不能少，适当的公益活动，不但可以获得政府及新闻媒体等相关部门的关注，同时给老百姓留心的印象也非常重要，好的公益活动可以把医院推上一个新的层次。这也是任何广告所不能达到的，当然公益活动也不能盲目，我们也需要进行详尽的策划，明确其新闻价值，尽可能挖掘新闻点，来表现我院，引起关注，这样的公益活动才有意义。

六、攻关合作推广，效果明显，寻找相同的目标群体的对象，进行攻关，建立战略合作关系，进行联合推广，投入少，产出大，效果明显，但对攻关的要求相对要求较高，如，

眼科准分子，多是哪些大学生或者喜欢看书的那些四眼族，我们可以分析这些目标群体都有一个共同的特点-多喜欢看书，所以这些人，跟新华书店或书城有不解之缘，这样我们可以跟新华书店或书城建立合作关系，共同推广，或在新华书店或书城里针对那些四眼族搞一些推广促销活动，我总结下来，结论是这些效果远比我想像的要好。这只是一个例子，很多项目都可以这样去做，比如妇科、美容科等。

七、网络推广已成为医院推广的一把利器，效果明显。当然只有做好才能取得好的效果，做好网络推广需要把握2个方面，一是，懂网络，充分运用网络技术，把网络营销的效果发挥到最大；二是，良好的网络营销技巧是关键，网络营销不同于其它通路的营销，需要很多技巧，这需要进行具体的培训，至关重要；

以上这些，只是常规的一些方法，只要我们把握好方向跟目标，推广的形式跟方式就有很多种，最重要的是操作可行性要强、效果好，投入少，操作简便的方案才是我们所需要的，当然这些存在的前提是医院对企划这个部门足够的重视、对企划足够的支持及对我企划方面能力的肯定跟理解等这些，才有可能取得好的效果。

### **企划总监职能**

- 1.必须拥有非凡的认识力与创见，必须拥有丰富系统的专业理论知识。
- 2.充分重视整体方案在操作上与资源相适应；能将自己的企划案与集团的总体规划相结合，并最终促进集团目标的实现。
- 3.从企划论证到项目验收，从设计讲解到调查访谈，将企划的主导思想、重要意图、方法原则、实施要点等尽可能准确、透彻地传达给执行人员。
- 4.负责创造性地贯彻落实已确定的品牌计划，并开展日常性的品牌战略、战术研究并随时提出建议和方案。
- 5.为集团决策者有效提供信息、管理、经营、竞争、人际关系、市场等方面的方案，辅助领导决策。
- 6.为企业创造鲜明的、突出的、良好的形象。
- 7.培训人员。
- 8.提供咨询

### **企划部职责与权限：**

- 1、编制企业策划工作的年度计划并实施；
- 2、进行策划并编制各类策划案（泛指集团的各个经营项目的各种类型策划案）；
- 3、编制可行性研究报告；
- 4、编制项目具体实施计划（包括责任分配表、时间分配表、反馈分配表等）；
- 5、发现潜在和现实的危机并向决策层及时提出预防和消除的意见；
- 6、培育和发展企业的创新机制；
- 7、负责企业专家系统的建立、维护和使用（包括专业咨询公司、广告公司的协作关系）。

### **企划部业务流程：**

遵循"整理、判断、创新、策划、决策、实施"十二字展开

- 1、策划课题提出（可由集团总裁、总经理、企划部提出）；
- 2、创意与策划案编制；
- 3、第一轮决策（由董事长或总经理审批）；
- 4、可行性研究报告编制；
- 5、第二轮决策（会议制或董事长/总经理审批制）；
- 6、具体实施计划编制；
- 7、动态控制（包括随时修正计划）。

### 企划部管理制度：

#### 1、业务制度 --

- a. 档案管理制度建立（各类 Form、Fax、Letter、File 等）；
- b. 文案报审制度建立（请印单、工作联系单、工程发包单、工程验收单、签呈等）。

#### 2、管理制度 --

- a. 保密制度建立（在某些情况下，需签定保密协议）；
- b. 作息制度建立（按工时或计件制区分，灵活管理）；
- c. 电脑管理制度建立（需设置密码权限）；
- d. 奖罚制度建立（服从集团相关制度）。

#### 3、部门的建设 --

- a. 部门的文化建设；
- b. 学习与培训的条件创造。

### 实施策略：

在前期，采用企划部经理 + 企划部美工（2人）的工作模式；

在中期，采用企划部经理 + 企划部美工 + 企划部秘书（3人）的工作模式；

在后期，当企划工作较频繁、工作量较大的情况下，建议采用企划部经理 + 企划部文案 + 企划部美工 + 企划部秘书 + 企划部市调（5人）的工作模式。

### 企划部职能

#### 1、主题内容与适用范围

- a) 本条例规定了协和集团企划部的主要工作职责。
- b) 本条例适用于企划部明确职责范围。

#### 2、企划部主要职责

- a) 企划部作为集团职能部门之一，主要负责集团下属单位及新开发项目的整合营销传播等工作。
- b) 本部门企业文化的提炼。

#### 3、主要工作内容

##### a) 品牌推广

- ① 对集团品牌广告宣传进行策划并组织实施，负责费用预算和审核。
- ② 对下属单位的活动组织与实施，对分支机构提出的广告宣传、活动方案进行审核，并监督实施情况。

③ 对集团广告品、服务用品、车辆、灯箱、铭牌、等 VI（视觉识别）系统进行设计、并负责制作，参与品牌形象管理。

#### b)新闻公关

- ① 与新闻媒体建立良好的长期合作关系，进行必要的媒体公关。
- ② 发现集团新闻点或制造新闻点，并寻找合适、必要的媒体发布。

#### c)信息整合

企划案需要充分信息，应多方搜集并整合信息。

② 为集团决策者和管理者提供决策参考信息和管理参考信息。

d)有权审核集团下属单位的品牌推广和宣传方案。

e)配合集团下属各单位实施品牌推广和宣传方案。

f)负责集团交办的其他工作。

## 市场部职能

### 1、主题内容与适用范围

a)本条例规定了协和集团开发部的主要工作职责。

b)本条例适用于开发部明确职责范围。

### 2、开发部主要职责

a)开发部作为集团职能部门之一，主要负责集团对外发展的规划与实施，并负责开发项目（指医院的组建等）的具体操作工作。可按照集团实施年度发展方针、目标、计划的要求，进行包括项目考察、项目论证、项目立项、项目实施、项目后评价等的具体工作。

b)参鉴国内外同行业的经营模式和方法，并对其竞争状况、发展趋势、动态及其他相关信息等进行分析研究，提出建议，为集团领导提供决策支持。

c)本部门企业文化的提炼。

### 3、主要工作内容

a)主动掌握、分析行业及竞争对手状况，组织市场调研，为集团提供市场的宏观分析报告、其他潜在市场的行业市场形式及趋势分析报告。

b)争取各级政府部门的支持，对项目拓展及规划提出可行性方案，独立开发项目或与其他企业、团体联合开发项目。

c)负责项目的联盟、兼并、收购、重组等战略的制订与实施；负责新增项目报批审查工作；负责集团新投资项目的可行性研究的前期准备和后期实施工作。

d)参与集团长远发展目标及战略规划的制订等工作

e)负责集团交办的其他各项工作。

## 市场部职责

在院长领导下负责市场调研、拓展、开发、增加客源。

负责市场调研，收集各类信息，了解医疗服务需求情况和市场走向，根据竞争手、社会事件、市场趋势和医院实际，进行市场形势分析，提出医院经营规划、目标受众、市场拓展、品牌推广、宣传策略，提供相关资料，指导营销。

通过对本院就诊情况的调查分析，为广告发布、媒体选择提出建议。

负责市场开发，如医保、体检、社区、不同行业、不同人群、不同社团、不同地区等目标，努力增加客源。

负责与社会各界、各部门、各组织的广泛联络与协调，开发各个层次的资源，营造良好社会氛围。

负责各种社会活动的联络、组织与实施。

负责电话咨询室和客户服务工作，建立客户档案，对客户满意度进行调查分析，为客户提供院前、院中、院后一体化系列服务和随访。

做好院内营销培训和技能训练，提高全员全程营销水平。

完成部门及院领导交付的其它工作。

### 电话咨询室

- 1、在主任领导下，负责医院咨询电话的接听、解释、登记、统计分析等工作。
- 2、不断提高自身专业水平，熟练掌握相关服务礼仪、技巧及客户沟通能力、掌握就诊心理，并能把握服务过程中态度、解释、劝说等环节的分寸和技巧。
- 3、做好来电登记管理工作。登记包括年龄、性别、病程、病史、病种、住址、电话、就诊意向、关心内容等一般性登记和就诊意向、健康咨询、价格比对、消费习惯、经济状况、人员类型等定向性登记。
- 4、掌握院内外环境、科室布局、人员状况、专家特长、技术项目、仪器设备、收费价格、业务动态等情况，经常主动和相关各科室勤沟通、勤联络，适时更新相关资料，做到准确无误，专家咨询电话要及时准确地接转电话。
- 5、熟悉主要专科的业务知识及各期广告的内容。
- 6、做好咨询来电的统计、分析工作，定期填报统计分析报表。
- 7、建立来电咨询总册、实行数据库类型管理、建立咨询来电和来院就诊达到率统计机制、建立来电咨询回馈机制，对每日就诊患者次日进行电话回访，并作出进一步挖掘计划。

## 医院导医考核标准

- 1、上班不迟到、早退，有事提前请假，准时参加每周一早会，按要求打考勤卡。
- 2、上班时间不玩手机，不发短信，不串岗，不脱岗，不离岗，不闲聊，不看杂志、书报，不吃零食等。
- 3、白天上班时，必须保持有一人在门前迎接病人。
- 4、衣冠整洁，着装整齐，穿护士服，戴护士帽，佩带胸带及工作牌。
- 5、站姿要求挺胸收腹，眼睛平视，嘴微闭，面带笑容，双臂体前交叉，右手放在左手上，置于小腹处，以保持随时向就诊者提供服务的状态，严禁身体东倒西歪，重心不稳，或倚墙靠壁。坐姿要求端正，上身应正直而稍前倾，头平正，双眼平视，自然大方，严禁前仰后倾，歪歪斜斜，上身佝偻着腰或趴在桌面上。
- 6、对就诊病人要主动微笑相迎，热情接待，礼貌迎送。

7、语调柔和，语气亲切感人，使用文明礼貌用语。如：“您好，请问您有什么事？需要帮忙吗？”“我能为您做些什么？”“请随我来”“请慢走”等等。

8、电话铃响三声之内必须接起，接起后第一句话必须讲：“您好，东海同济医院”。

9、转接过程中如遇专家科室电话占线，如能解答的应予解答，不能解答的则应告知对方请稍候再打，解答问题必须耐心细致，亲切和蔼，百问不厌，语言表达清晰准确，通俗易懂，简洁明了。

10、认真、准确登记电话记录情况，及专家日志统计，做到准确无误。

11、对年老体弱、行动不便的患者主动搀扶。

12、准确真实登记资料，严格遵守导医规范。

13、按医院要求，准确分诊病员，做好导诊工作，避免漏登情况发生。执行首问负责制，解答耐心。

14、做好挂号、优惠卡、媒体等登记工作，不作假。

15、密切配合临床医生，做到每位病人就诊流程通畅，服务到位，带病人到诊室的途中，要侧身引导，介绍医院的特色和主任的业务特长，为患者提供准确的信息，进入诊室后要向病人介绍“这是我院某某主任。”。

16、无任何病人投诉。

17、导医台面无灰尘，抽屉无杂物，注意周围[环境卫生](#)的保持。

18、下班前关闭饮水机电源，每天整理保管宣传栏内的杂志、报刊、[宣传广告](#)及院内下发的资料等。

#### 某民营医院高中层主管人员的薪酬制度

#### 某民营医院高中层主管人员薪酬制度

### 第一章：总则

第一条：为维护\_\_\_\_\_医院（以下简称医院）中高层行政管理人员利益，形成稳定的医疗管理团队，保证医院的长远发展，特制定本制度。

第二条：本制度适用于医院的中高层行政管理人员，包括：院长、副院长、经理、各部门主任（科长）、助理以及其他经理（或正、副院长）认定可享受年薪制的员工。

第三条：医院中层以上（含中层）管理人员实行聘任制，每届任期3年，可连聘连任。

第四条：医院中高层管理人员薪酬实行年薪制。

第五条：中高层管理人员薪酬由以下几部分构成：

- 1、基本年薪；
- 2、绩效年薪；
- 3、奖励年薪；
- 4、法定福利和保险；
- 5、特别福利保险计划；

## 第二章：薪酬管理办法

第一条：基本年薪（下限年薪）：

- 1、以上年度实际年薪总额（基本年薪 + 绩效年薪）的 60-70%作为本年度基本年薪，按月核发；
- 2、基本年薪的初始核定以个人学历、职称、工作能力、劳动力市场价格、医院人力资源政策为基础；
- 3、新聘（或新晋升）中高层管理人员的基本年薪按照医院现行标准进行核定；
- 4、特殊情况由人事经理（或院长）批准后可以随时进行调整。

第二条：绩效年薪：

- 1、在年度结束后，根据考核评价结果进行核定，在次年春节前一次性核发；
- 2、任现职不满一年者按实际任职时间进行核定。

第三条：奖励年薪（年终奖金）：在年度结束后，根据医院业绩和考核评价结果进行核定标准为：

- 1、院长（第一层主管人），为年薪总额的 60%—70%；
- 2、副院长（第二层主管人），为年薪总额的 50%—60%；
- 3、部门主任（科长、经理）及其他第三层主管人，为年薪总额的 40%—50%；
- 4、助理及其他第四层主管人，为年薪总额的 30%—40%；

第四条：年薪制人员的奖励年薪，一律延期半年发放，凡发生以下情况者，均考虑停发、缓发或减发：

- 1、违反医院政策、规定严重者；
- 2、辞职或辞退者；
- 3、以往工作中未发现问题，但对当前医院业绩带来不利影响者；
- 4、其他院长、副院长或部门主管认为有必要停发、缓发或减发的情况；
- 5、部门主任（科长、经理）及其他第三层主管人考核年薪发放的决定权在院长，其他助理及其他第四层主管人考核年薪发放的决定权在人力资源主管经理。

第五条：享受年薪制的人员，不享有加班工资。

### 第三章：福利保险

第一条：年薪制人员依法享受国家规定的福利和保险，其享受内容和享受标准按国家有关规定处理。

第二条：年薪制人员可享受特别福利保险，但医院若发生经济效益滑坡或其他重大事件，经董事会研究批准后，可停止支付。

第三条：终生健康险：

- 1、以年度为单位进行核定，每任职满十二月，发放一年的终生健康险；
- 2、享受条件：任满一年，考核成绩在良好以上者；
- 3、院长（第一层主管）为\*\*\*万保额；
- 4、副院长（第二层主管人），为\*\*\*万保额；
- 5、部门主任（科长、经理）及其他第三层主管人，为\*\*\*万保额；
- 6、助理及其他第四层（或相当）主管人，为\*\*\*万保额；

第四条：国内外进修：

- 1、院长（第一层主管人）、副院长（第二层主管人）任满一届，考核结果良好及以上，可享受国内外不定期进修；
- 2、部门主任（科长、经理）及其他第三层主管人任满一届，考核结果良好及以上，可享受国内短期进修；任满两届，考核结果良好及以上，可享受国内外不定期进修；院长或人力资源经理认为必要者，可不受此规定限制；
- 3、助理及其他第四层（或相当）主管人任满两届，考核结果良好及以上，可享受国内短期进修；院长或人力资源经理认为必要者，可不受此规定限制；
- 4、以上条件均为必要条件，是否执行根据医院具体情况进行安排。

第五条：其他特别福利与保险计划，根据医院效益和实际情况另行规定。

第六条：特殊福利计划的执行，以国家相关财税制度为依据列支。

第七条：因医院重组、并购等非个人因素造成职位丧失或职位下降者，根据任职年限按比例提前执行上述计划。

第八条：对于医院目前中高层现职中，经考核不具备任职资格，但对医院的发展作出了突出贡献者，如服从医院统一安排，离开现任职务，可以在本制度执行的同时，提前执行特别福利计划，同时，授予“医院重大贡献奖”。具体标准将根据现职进行核定。

### 第四章：附则

第一条：本规定未尽事项，另行规定或参见其他规定的相应条款。

第二条：本规定的解释权在人力资源部。

第三条：本规定自董事会核准、股东大会通过后颁布执行，修改时亦同。

## 企划部广告知识岗前培训

广告策略基础认识一．为什么要有策略？

策略是能够达成目标的方法 — 目标是可以清楚被评估的。

策略不会只有 1 条，但你只能选择 1 条。

二．策略寻找的 4 个东西

对谁说

说什么

如何说

什么时候说

三．策略是什么？

策略是打动目标患者那颗红心，帮助你在成千上万个广告讯息中脱颖而出。

四．行销策略与广告策略

A.广告策略

行销策略是让市场动起来的方法，

广告策略是吸引患者过来的方法。

广告策略是因应市场行销策略而产生的，是为了达成行销目标而将所需告知的讯息经由广告传达给所需告知的 Target。

如果不了解市场环境及行销策略，就跳入广告策略，绝对会有盲目的危险。广告影响患者前来就医的过程

购买意愿

品牌偏好度

品牌知名度

广告知名度

媒介到达率

所有广告策略无外乎在归纳形成策略前的逻辑思考

市场

品牌

竞争者

消费者结论

经由上述事实分析后采撷出结论，SWOT 分析

STRENGTH 优势

WEAKNESS 劣势

OPPORTUNITY 机会

THREAT 风险

这是行销分析，不是广告回顾，是发展策略的基础

行销 SWOT 分析：

广告任务

广告目的：创造产品/服务在消费者心目中的好地位。

广告所扮演的角色，决不只在强调偏好度/知名度，而是什么样的知名度/偏好度。

目标患者

形成所有策略层面的关键

他们是谁（人口/统计/心理）

我们有那些方面可以用于吸引患者

与竞争医院近期宣传点的关系

与院品牌建设的关系

如何看待广告

竞争范畴

从患者观点来看，有哪些科室/设备/专家/诊疗手段在互相竞争

以远到近详细分类

竞争医院在说些什么？在患者脑海中占有什么位置？

如果你的近期宣传点晚比竞争医院晚了一步，千万不要采取与这些医院相同的论点和

做法

我们现在何处？

我们的目标患者如何看待我院的品牌

如何看待竞争医院

用第一人称

生活化的语言

品牌利益点描述

本诊疗项目有哪些主要利益点？

理性的：与科室的物质功能相关的特质

感性的：与患者的情感相关的产品特质

感官的：听觉、视觉、味觉、嗅觉、触觉方面的

其他提供相似利益点的竞争医院

本诊疗项目具竞争力的独特利益点

本诊疗项目的主要不利点？ 常用的利益点推演工具

支持点

是患者相信利益点的真实性

理性较容易,感性、感官较困难

如何撰写策略--准备工作

准备一份资料清单，请各科室照单提供

向咨询部索取竞争医院广告作品资料

向咨询部索取竞争品牌广告量及时间

搜集并了解广告法规对该诊疗项目的限制

了解至少五位患者对该诊疗项目的意见

列清楚需要市调,(咨询部门)提供的患者资料

完全了解该诊疗项目

在三天内完成上述事项  
向客户提出从策略形成到广告播出的工作进度  
向创意及媒介主管询问确定作业人员

#### 撰写

先分析市场，找出生意机会，作出品牌描述  
确定目标患者及其就诊需求  
总结其目前对品牌持什么态度？问题何在？  
广告任务自然形成（解决什么问题？达到什么目的？）  
确定期望目标患者接触广告后的反应  
确定利益点（如何满足消费者以达成上述反应？）  
写出支持点（支持利益点成立的事实依据）  
结合品牌描述/目标患者/广告任务/竞争分析确定沟通的方式

#### 创意策略基本认识

沟通是一个非常非常精密的过程

我是谁？  
我有什麼可以说？  
我要说些什麼？  
我要怎麼说  
他是谁？  
他为什麼要听？  
他想听些什麼？  
他相信吗？

#### 创意策略是什麼？

简单地说：对什麼族群的人说什麼话？

目标患者--形成所有策略层面的关键人物

例如

请给你的亲密爱人送一份生日礼物  
请给张三送一份生日礼物

#### 创意策略

品牌描述

- 我们是谁？我们现在怎么样？我们要成为什麼样？

广告任务

- 广告要解决什麼问题？要消费者怎麼想或怎麼做？

目标对象

- 谁是最重要的潜在消费对象？该了解些什麼？

广告诉求

- 为什麼他们应该购买我们的产品或接受我们的想法？

- 为什麼消费者会相信？

- 与有相同主张的竞争医院比，我们有何不同？

## 语气态度

- 诊疗项目个性的描述

## 广告任务

- 创造、提高知名度
- 提供资讯
- 强化对品牌的正面态度
- 改变对品牌的认识
- 提醒消费者
- 刺激欲望、需求
- 增加使用频率
- 使品牌进入患者候选名单
- 肯定现有的就诊行为
- 引发某特定直接回应
- 提高偏好
- 克服偏见
- 鼓励咨询

## 例如

- 克服消费者对无痛人流疼痛耐受性的偏见
- 广告要解决的问题：消费者对无痛人流疼痛耐受性的偏见
- 广告目的：使消费者从心态上接受我院的技术手段比较好
- 广告任务：
  - ?改正错误印象，使患者信服我院的技术手段比较好
  - ?诉求有助安全的功能（把注意力从疼痛感上引开）
  - ?吸引咨询
  - ?设计特殊优惠政策广告诉求

## 想要得到的

- 赚钱
- 省钱
- 省时省事
- 健康安全
- 快乐
- 性感
- 被赞美
- 吸引人
- 跟得上时代
- 有个人自尊

## 希望避免的

- 无能的
- 抠门
- 懒惰
- 胆小怕事
- 痛苦
- 风骚
- 被批评

讨人闲  
落伍  
没面子

#### 品牌利益点的描述

在品牌的下列项目中，有哪些主要利益点？

- 理性的：与诊疗项目物质功能相关的特质
- 感性的：与患者的情感相关的产品特质
- 感官的：听觉、视觉、味觉、嗅觉、触觉

满足同样的利益点，还有那些竞争医院？

与竞争医院相比，在哪些利益上我们可能有优势？利益点推演工具

特点	功能	好处	利益
属性	功能	优点	利益

练习：不孕不育（支持点：采用世界卫生组织的二十八步排查法，采用德国 STORZ 宫腔镜、腹腔镜技术，精确探查不明原因的不孕不育症利益点推演

FEATURE BENEFIT 一个将产品特性转换成患者利益？

例如：

- 一个三公斤重，A4 一样大的电脑
- 一个可以提着到处跑的电脑

#### 练习

##### FEATURE

工商银行在北京有 1000 家储蓄所 你可以很方便地提取现金  
有铁弗龙表面的炒锅 炒菜不粘锅，菜更好看好吃，清洗容易

有前、后日期的桌上台历 BENEFIT 一目了然，省去你前后翻阅的麻烦 品牌个性

如果是一个活生生的人，他应该是什么样子？

品牌个性中的那些部分有助于了解消费者与我们之间的关系？

#### 品牌个性与语气态度

品牌个性

S 是外国人，但是他了解为了成功，必须调整自己来适应本土环境。虽然他是个外国人，但这并不阻碍他的自信。对自身具备的西方技术经验及本土知识的信心，加上摩登的外表，使他更显得有能力为他想服务的人提出援助。

语气态度

直接、自信；大胆；有竞争性

#### 如何写策略--准备

准备一份资料清单，请让相关科室照单提供  
搜集竞争品牌医院作品资料

搜集竞争医院广告量及时间  
搜集并了解广告法规对该诊疗项目的限制  
了解至少五位患者对该诊疗项目的意见  
了解其他竞争诊疗项目的开展状况  
列清楚需要咨询人员市调提供的患者资料  
亲身了解该诊疗项目  
在三天内完成上述事项  
向科室或总经理室提出从策略形成到广告播出的工作进度

#### 如何写策略--撰写

先分析市场，找出生意机会，作出品牌描述  
确定目标患者及其就诊需求  
总结其目前对我院该诊疗项目持什麼态度？问题何在？  
广告任务自然形成（解决什麼问题？达到什麼目的？）  
确定期望目标患者接触广告后的反应  
确定利益点（如何满足患者已达成上述反应？）  
写出支持点（支持利益点成立的事实依据）  
综合品牌描述/目标患者/广告任务；去个确定沟通方式，列出强制事项

#### 医院企划人员十则

- 一、工作必须主动去寻找，不应该被指派后才去做。
- 二、工作应该抢先积极去做，不应该消极被动。
- 三、积极从事大的工作。
- 四、目标应该放在困难的工作上，完成困难的工作才能有所进步。
- 五、一旦开始工作，千万别放弃，不达目的决不罢休。
- 六、争取主动，因为主动与被动之间有着很大的差别。
- 七、要有计划，只有立下长期计划才会有忍耐性，才会花工夫去做，才能产生朝正确方向前进的希望与毅力。
- 八、信任自己！如不能信任自己，工作时将不会有魄力，就难以坚持不懈。
- 九、应该时时刻刻动脑，全面地观察和思考。
- 十、挫折是进步之因，是推动力的源泉，否则将会变得懦弱无能。

## 导诊培训要点

#### 导诊培训要点

##### 一、转变观念：

(1) 遵守制度：医院是一个有着一定的活动宗旨，按照分工合作的形式建立起来的组织，根据个人能力及分工的需要来确定每个人的位置或职位。为了保证医院正常的运营，每个职员都必须从各自的位置要求出发来规范自身的行为，即遵守医院的规章制度，这也是每个职员做人做事的基本出发点。只有这样，你才能适应社会、医院的需求，不被社会、医院所淘汰。

(2) 文明礼让：碰到领导、同事文明用语；与同事共同生活注意礼让和卫生。

- (3) 坚决执行：不折不扣执行医院的决策；如人员调动与安排等。
- (4) 善意谎言 (huanm yan)：如病人得了癌症，医生不能对病人明讲。
- (5) 保密制度：如化验操作、学习材料、用药处方、医院收入等。

## 二、摆正心态：

(1) 虚心学习：医院为什么要培训你们？其一：医疗市场竞争是多面性的，残酷的。医院为了立足市场、占领市场、在竞争中取胜，赢利就必须具有一批专业精，素质高的员工。把所有要进入医院的员工进行培训，从零开始，同步进行，这样每个员工目标一致，起点比同行高，在竞争中更有优势，这也符合国际五百强企业要求。

其二：医院投入大量资金用来培训，不收取任何费用，期间还发入工资，而学到的知识是属于你们的，将来不管如何都是你的工作资本；

其三：通过培训合格后才能上班，这样你才是一位合格的员工。总公司在全国各地有一百多个医院及门诊，给你的就业面很广，不怕下岗，这一点其它医疗单位无法与总公司相比；

其四：医院对员工培训的内容是社会科学，接诊技巧，医疗纠纷防范，为人处事等，是一门在现实生活中必备的一课，只有把培训知识与自己的知识经验相结合，你在工作中才能熟练掌握，利用基本技能及技巧才能“如鱼得水”，才能发挥你的智慧与能力，才能体现你的自身价值，在为医院多作出贡献的同时，自己也得到相应的报酬。

其五：医院不是慈善机构，肩负着员工的利益，考虑社会效益的同时还要考虑经济效益，只有研究引进更先进的仪器更好的药品更好的服务理念为患者服务，才能把经济效益搞上去，更好地为社会服务。

- (2) 公私分明：如不用医院电话聊天、包庇袒护同事的错误。
- (3) 廉洁正气：不怕得罪人，不贪污、浪费医院一分钱。
- (4) 理解别人，克制自己。充分发挥自己的优势。

## 三、批评表扬：

- (1) 对待批评：虚心接受；总结教训；改进缺点。“有则改之，无则加勉”。
- (2) 对待表扬：谦虚礼让；找出不足；变成动力。力争更好，充分发挥自己的主观能动性。

## 四、咨询业务：

以材料为主，回答病人提出的问题采取反问、询问对方病情转移话题、绕开话题的方式。每个咨询电话都是用广告吸引过来的，一定要认真对待，讲话和气、耐心，通过电话告诉病人我院有特色专科、有著名专家、详细地址乘车路线等，总之是通过我们的电话让病人来就诊，而不是通过电话告诉其用什么药、什么治疗方法或多少钱，那样病人很可能就不会来就诊。

## 五、导诊业务：

1、礼貌接待：每位患者来就诊时，都要一视同仁、热情礼貌的去接待，充分贯彻好门诊主任及上级领导安排的工作。

2、做好登记：在门诊导诊台，做好导诊登记表的记录，即登记当天就诊患者的姓名，这些患者是否在我院检测病原，是否取药都给予进行登记。

3、患者安排就医方法：两个以上医生同时坐诊时，可根据“谁接诊的患者取药率高就多安排病人给他接诊”和专病专科专属的原则。

4、分配原则：一个医生接诊同样也要在导诊台填写《导诊登记表》，导诊人员要充分发挥作用，让病人排队就诊。病人如拿着化验单在等待就诊，化验单由导诊护士根据谁开的化验单，安排病人找谁，让病人一一就诊，维持好就诊秩序，不能让患者一窝蜂的全部涌进接诊室，拥挤在医生周围，影响医生的情绪，造成解释接诊质量下降。

5、包装医生：在病人等待就诊时适时适当向患者介绍医生的诊疗水平。包装医生，塑造医生的形象，这样做可增强患者对门诊医生的信任。例如一：问病人：“您是看哪一类病？

目前有什么症状？（让病人感到你很关心他、工作很负责任）；您来的真是时候，今天刚好XX主任坐诊，XX主任医术非常好，前几天有一个病人的病情和您的一样，在其它地方吃了很多药花了很多钱，就是治孙好。可我院XX主任用不到一个月时间，就给他治愈了。等一下我安排他给您诊断”（说这话要看病人是一个什么样的病人，对于看起来老实、实在的病人，可以这样去包装医生，如果一看就是那种油头粉面、很滑头的人就不要说，否则会适得其反）。

例如二：

因病人多，等待就诊的病人显得急躁的时候，可以病人倒杯水稳住病人的情绪，用与病人聊天的方式了解主要病情。聊完以后可以说：“您今天来的真是时候，我院专家对您这种病的诊疗有很深的研究和造诣，他经常去北京、上海等几家大医院会诊、进行学术交流和技術指导，我院预约了很长时间才请到这几位专家”。

6、取药前交待：开过处方的病人，要告诉他划价、收费、药房的详细地点，并告诉病人要回到专家那里：“专家说不定有事要交待”。当病人犹豫不决时，护士要找一个合适的理由一起与病人去拿药，防止病人流失，但还不能让病人感觉到你有什么“阴谋”。例如可以说：“我刚好去一楼拿东西或我刚好去XX科室借东西，咱们一起下去。”等一些不让病人怀疑的理由。

7、取药后交待：每个病人取了药要走时，都要向病人交待：“你一定要按照专家的医嘱服药，记住服药方法，注意事项，不要忘记复诊时间，不然的话你的治疗有可能会前功尽弃，您最好告诉我您的联系电话，我们有什么事情（有什么优惠活动）可以及时与您联系。”

8、处理纠纷：如有治疗情况自己感觉不理想的复诊病人，原则上要与初诊病人分开，防止其交流，影响初诊病人的情绪，造成病人流失。

9、谨防医托：有病人主动去问是否看病，看什么病，有没有挂号等，如有可疑病人防止与其他病人交流，防止医托或同行等前来骚扰。

六、配合医生：搞好咨询、导诊的同时还要看懂医生开的处方，学会开简易处方等，配合好医生的工作。

1、协助医生：如果病人很多，医生正忙于初诊病人的接诊时，要帮助医生开复诊病人的处方（要医生签名），协助医生的工作。

2、后勤工作：医生接诊时给医生倒水、添水，做好后勤工作，必要的时候帮助化验室护士抽血等。绝对不允许出现例如：医生接诊忙而护士却在一旁打电话、聊天或专等接电话；没电话时就照镜子涂口红等与工作无关的事情。

## 护士长的6种角色

在临床护理中，健康教育是一项有计划的系列过程，是以护理干预的手段促使人们自觉地采用有利于健康的行为，以改善、维持和促进个体健康。健康教育能否做好，与护士长密切相关，在这项工作中，护士长担任着管理、决策、执行、培训、监督、探索等六个角色

### 1 管理角色

对病人进行健康教育，是护士的重要职能，护士不仅要具有扎实的医学知识和护理技能，还要有娴熟的沟通技巧、良好的心理状态及优秀的品格。作为护士长，需要全面提高护士的素质，使每位护士掌握健康教育的程序及措施，并在此基础上，择优选拔专职教育护士，详细、准确地落实健康教育内容。护士长每周应对专职护士进行检查，两周召开一次病人及家属工休会，每月进行健康教育质量考评，落实护士实施健康教育的成绩和效果尽快帮助病人及家属建立健康行为及健康理念。

### 2 决策角色

护士长要制定健康教育计划，根据专科特点，对涉及本科的所有疾病作出健康教育项目，内容包括：入院须知，疾病诊断（发病因素、诱因、临床表现）、检查项目、术前准

备、术后护理、康复教育、出院教育、生活提示八项内容，要求每位护士熟练掌握，能够应对自如。

护士要根据不同的疾病和不同的患者，制定详尽的教育计划，满足病人生理、心理的健康需求，促使病人早日康复。同时，还要对家属进行健康教育指导，因为家属在对病人的心理支持、饮食、功能锻炼中起着重要作用，要利用探视时间召集家属座谈会，解决家属在健康行为中的疑难问题，帮助他们落实促进病人康复的措施。

如对于肾移植术后病人，营养和饮食对病人术后恢复、维持正常的健康状况、延长生命非常重要，护士就要对病人和家属进行系统教育：这种病人术后 2~3 天即可给予饮食，饮食的选择是高热量易消化的流质；术后一周，开始给蛋白质；术后二周，给予品种多样营养丰富的饮食；到了恢复期，注意高蛋白饮食合理搭配，补充维生素等。

### **3 执行角色**

在健康教育实施过程中，护士长要教育护士学会因人、因时、因地施教。

因人：病人因年龄、性别、社会环境、文化程度等诸多因素不同，对疾病的认识程度不同，心理状态及对健康教育的理解也不一样。对文化程度高的病人，护士不但要讲解疾病的病因、诱因、病理变化、愈后，还要讲解心理、情绪对疾病的影响，使其全面了解自己的疾病。对文化程度低或接受能力差的患者，护士不要用医学术语，而要用通俗易懂的语言反复讲解，帮助他们树立战胜疾病的信心，逐步建立健康行为。

因时：护士把握健康教育时机，根据病人所处的身、心状态，选择教育时机，如遇到病情平稳、情绪稳定的患者，要适时进行教育；若病人处于疼痛、焦虑、疲惫等状态时，要帮助病人缓解症状后再进行教育，以免使病人产生逆反及抵触心理。

因地：护士除在床边进行教育外，还要定期进行集体施教，选择在会议室、大病房、娱乐室等地进行，护士长要征求病人及家属对护士的意见和要求，使护士与病人、家属之间建立良好的关系。

### **4 培训角色**

病人能否在医疗、护理活动中接受教育，满足健康需求，取决于护士的教育意识和教育能力。护士长要抓好对护士临床知识、基础理论、操作技能的培训。在健康教育实施中要组织护士学习预防医学、护理心理学、人文科学、行为科学等知识，并指导护士利用床边查房、讲课、讨论、角色互换等形式，示范各种健康教育方法，使护士掌握健康教育的方式，提高教育能力。

### **5 监督角色**

护士长要对健康教育进行评价和监督，评价监督的标准就是看病人是否理解、接受了健康知识。新入院病人的健康教育应在 24 小时内完成，出院教育提前 1~3 天完成，不要在病人出院时匆匆忙忙地进行。护士长要经常向病人提出问题，对新入院病人，询问他的主管医生、主管护士是谁，需要什么时候检查、检查什么项目；对手术病人，应该让他知道谁是他的手术医生，术前要做什么准备，术后什么时候可以吃饭；对康复期病人，应该让他知道什么时候下床活动，什么运动方式有好处，食用什么饮食好；对出院病人，应让他知道什么时候前来复查，应复查哪些项目，哪些药物不能服用，是否知道医院和科室的咨询电话等等。在与病人的交谈中，护士长可了解护士健康教育工作的落实情况。

### **6 探索角色**

健康教育是一门牵涉多学科的应用科学，这些学科在健康教育中相互渗透，相互补充但是我国的健康教育工作起步较晚，没有形成科学有效的教育系统，而且在理论和体制保证方面还不够完善，可参考的文献及书籍比较少，又缺乏系统的护理健康教育理论及能力培训，这给护理管理者提出了更高的要求 and 期望。为此，作为护士长，要在临床工作中积极探索，不断更新专业知识，注意国内外健康教育新动向、新方法，结合本专科实际情况

在实践和探索中不断总结经验，完善健康教育方法，优化健康教育内容，以达到帮助病人或家属确立健康信念，建立健康行为的根本目的

医生实战 40 问,给管理人员

## 医生实战 40 问,给管理人员

### 接诊配合中出现的问题

#### 老套但是管用

1. \*\*医院是属于公立门诊或私人门诊？

答：不能正面回答，可答：是卫生局的下属医疗机构，是正规的医疗单位。

2. \*\*医院可使用医保吗？

答：正在办理当中,目前还不行。

3. \*\*医院不属民营为何又没有医保呢？

答：正在办理当中。

4. \*\*医院有哪些先进设备？

答：根据门诊简介、广告内容、实际情况灵活回答，适当包装。可以答：“该有的专科常规设备都有，除此之外，还有先进的……”。

5. 为什么这么贵？

答：我们的收费都是合理的，都是严格按物价局规定的价格收费，这个请您放心。如果再问可继续答：“我们是专科门诊，专病专治，用的是新一代的专科药品，价格比普通药品会高一些，但都是在物价局控制范围内，请您放心”。

6. 专科可用代码、普药能不用代码吗？

答：专科药用代码，普药可不用代码。

7. 化验结果什么时候可以拿？（化验）

答：一般常规要半个小时才出结果，如查是抽血项目得一小时，培养的话要两天才出结果

8. 乙肝两对半什么时候抽血？（化验）

答：一般每天上午 10:00 前空腹抽血。

9. 您们的化验结果准确吗？

答：肯定准确，或反问，“怎么会不准确呢？”。如再问可答：我们的仪器是新一代专科设备，试剂都是进口的，检验方法都是按照国家规定的操作规程，我们都是正规医学院毕业的，有丰富的临床检验经验，在准确度上请您放心。

10. 为什么治疗这么久还不见效果？（医生）

答：如疗程未到，可答：“您治疗了多久？疗程还不够。关键您一定要有信心，配合医生坚持治疗，千万不能半途而废”，或答：“由于您经济状况的原因，剂量（或辅助治疗）还没有跟上去，如果您今天方便，我就给您加量，疗程到了之后，肯定会有效果”。如疗程已到，可从患者注意事项上做文章。或从个体差导、合并症、指标好转方面，加以解释。也可以答：“有的病人病好之后，临床症状还会维持一段时间，这跟病人的心理作用有关……”，或是答：“您的病原菌没了，但临床症状还会维持一段时间，这就象一间充满白蚁的房子，请人清除后，房子仍然充满斑痕，只能请泥水工重新修复，才能恢复原样。您还需要巩固治疗，调养一段时间后，临床症状就会完全消失”。

11. 治疗后要注意什么？能否复发？（医生）

答：注意事项一定要讲清楚，为以后疗效不佳或医疗纠纷埋下伏笔。“是否复发”不能讲死从科学的角度看没有百分百，一般是不会复发，但由于个体差异，工作生活环境，本人自制力的不同，会存在复发的现象。

12. 我的病严不严重？能否彻底治好？（医生）

答：先说疾病的严重性，再说我们的诊疗技术，有把握治好，可以说：“您的病会……（危害性），您说严不严重，但是我们有办法把这种病治好，对我们来讲就不严重了……”。“能否彻底治好”，可以参考上述能否复发的答案。可以说：“只要您有信心，按我们的疗程配合治疗，是能够彻底治好的。

13. 我的主治医师水平如何？

答：环境不同，病人层次不同有不同的回答：答一、我们的专家是一流的，碰到他是您的福气……；答二、这个医生有丰富的临床经验，张三来这里治疗了……，（举例）；答三这是我们请的一位专家（头衔），找他看病的病人很多，效果很好，您是怎么病？哦！这问题某主任处理得很好。

14. 病人之间相互讨论疗效与价格，怎么办？（护理）

答：输液病人少时分开坐，老少、男女隔开坐，价格相近的（护士应有辨别处方价格的能力）尽量安排坐在一起，并准备一些杂志或是播放喜剧，录像片，转移病人的注意力。但是在现实工作中，由于各种原因或条件限制，病人不会任我们自由安排，可采取以下措施  
1、一定要有护士在场；2、病人的反应应及时反馈给医生，医生可主动出击。带着关心病人的语气：“怎么样，还好吧？今天药量加大了一点，加上了……药品，估计症状很快就会缓和，到时药量就会减下来……；3、输液室可以贴一些“这里是医院，请保护安静”的字样，如病人谈论药价，可礼貌制止，请您保持安静。

15. 护士站提出给病人用药是否全部到位？（护理）

答：全部到位。

16. 急危病人如何处理？能否简单包扎再劝其转院？

答：急危病人原则上不能接受，可劝其转院，但语言要讲究艺术，可以说：“我们这里是专科门诊，没有抢救设备，为了您的生命安全考虑，请您尽快转院……”。

17. 分诊病人（在上面没有授意情况下）是否严格按病种分诊？如慢性咽炎是属于内科或者五官科？

答：尽量专科专病专治。我们会给出各科具体的治疗范围。

18. 交叉病种如何合理分诊？

答：以病人就诊主诉为主。

19. 如何防止病号流失，处方外流？

答：化验的结果要直接给医生，不能直接给病人或说明化验结果，一切交给医生解释，如果病人要拿走处方，要制止并解释：“我们的这里用的是专科药，外面是买不到的，如果您在外面买到假药，对您不好，而且医生也负不起这个责任，为了您的安全考虑，请把处方留下。或是直接说：“这是我们门诊的规定，请把处方留下。如果对方强硬要拿走，只能让他拿走（划价时先口述，视病人情况，如有上述情况，价钱不写上去）。

20. 能根治吗？复发了怎么办？

答：如果配合治疗肯定有效，可举例说明：某某人得了这种病几年了，来这里治疗……时间就治好了……”。

21. 为什么其他大医院治不好？

答：大医院的侧重点在于手术、住院方面，这是医院主要的经济收入来源，医院并不是没有能力治好这些专科病，而是因为不重视，我们的门诊是专科门诊，专病专治，大医院不重视的病我们把它做精做细，集中资金购进新一代的专科药品，先进的诊疗设备，并且经过多年的临床实践，总结出一套突破性的诊疗方案，所以在专科专治这方面，我们优于大医院（举例“大学教授教初中语文”）。

22. 广告里面说您的设备是独家引进的，为什么大医院没有这样的设备？

答：参考上题。

23. 包皮手术后是否影响上班？

答：一般不会影响上班，但要注意不能干重体力活……。

24. 如何对付商业间谍？

答：确定是间谍，尽快打发走，并上报办公室。

25. 发现医托怎么办？

答：马上报办公室，由办公室人员处理。

26. 如何应付医疗纠纷？

答：首先是预防医疗纠纷：1、必须有一定的疗效，仪器操作规范，服务态度优良；2、千万不能大包大揽，要留有余地；3、一些注意事项必须讲清楚。其次，发生了医疗纠纷应该采取以下措施：1、沉着、冷静，不慌不乱，勇敢面对；2、把对方引到僻静处，千万不能让对方在病人聚集的地方大吵大闹；3、让对方先说，可能采取一些诸如：请坐，上茶之类的举动缓和一下气氛；4、根据对方的来意，对医学知识的了解及话中的漏洞作出合理的解释；5、不能解决的上报办公室处理。

27. 我看了很多医院，知道我的病是慢性病，很难治好，在这里真的能治好吗？

答：1、先问继往病史，在哪里治疗过，用什么方法，越详细越好；2、抓住继往病史中的医疗缺陷，否认之前治疗，或认为方法是正确的，但不是很彻底很到位；3、推出我们的诊疗方案，必须有过人之处；4、结论是虽然难治，但只要配合治疗，是可以治好的。

28. 疱疹患者问能否根治？如何回答？

答：如病人不知疱疹病毒终身携带，可以回避终身携带问题，“只要配合治疗，是可以治好的……”，如知道病毒会终身携带，可以说：“如不治疗会产生并发症并传染给其他人，接受治疗，表面症状消失，不具传染性，虽携带病毒但没有表面病状，能过正常人的生活。”

29. 性病患者提出没有不良性交史，为何得这种病？

答：此类病人只想从医生嘴里得到想要的答案，以便对家人、朋友有个交待，应明确告诉病人还有其他的传播途经，以便得到其家人的支持。

30. 病人如果坚持要正式发票该如何处理？

答：给。

31. 对病人的消费能力如何定位？有何具体方法？

答：全程导医，全院（员）营销，具体可以从表格（如病历）信息、衣着、谈吐等方面获得，如果没办法做到全程导医，只能初诊病人保证全程导医，并以专科为重，病历一律交由医生填写。

32. 病人提出：回去好好想一想，改天过来如何处理？

答：可以主动叫对方“回去考虑，您可以到其他医院看看，对比一下，如果觉得我这边方法较好，到时再来治疗也不迟”，或是说：“您回去好好想想，象这种病您家附近的医院应该也可以处理，对比一下，如果到时还是觉得这里好，再来治疗也不迟”。

33. 病人在缴费时发现钱少了（少量），该如何处理？

答：视情况而定，如能叫人送钱来最好，确有困难，调整处方或医生担保。

34. 如何说服病人接受仪器治疗？

答：应该从仪器治疗有药物治疗不可替代的作用方面加以解释。

35. 碰到咨询病人应持什么态度？

答：分清忙不忙，如病人很多，可简明扼要加以解释，叫对方回去想想或到外面等等，如不忙，当普通病人看待，咨询病人都是我们潜在的病号。

36. 乙肝能否治愈？

答：能够治愈，但要回避治愈率问题，可以说有效率达到百分之九十几，应引导病人将焦点转到抑制乙肝病毒的复制，防止肝纤维化的进程，避免肝硬化、肝癌方面上来。

37. 不打吊针吃点口服药行吗？

答：吊针的不可替代作用。可以说：“不打吊针直接到药店买药好了，还要医生干嘛？”吊针的作用……。

38. 如何做好导医工作？

答：1、面带微笑，拉近彼此距离，但该严肃时要严肃，让病人觉得亲切自然；2、热情大方，病人就是上帝，视病人如亲人，但不能过份亲密，要掌握分寸，不卑不亢，做到大方自然；3、要灵活，注意人性化，换位思考，病人不愿意说出实情的可以告诉病人我们的科室布置，问您是否需要上几楼，要不我带路，如病人反感可说我们的电梯在哪里，让病人自行上去，要察言观色，不能死板，如病人说看皮肤科，就要带到男科那里去。

39. 医生与化验室配合的技巧？

答：化验与医生的配合非常关键，不提倡低层次的配合如打电话，互相碰面等，检验报告单上，确诊可用句号，化验室根据实际情况用问号。如有打勾，勾在线内、线上、线外，可表示不同的意思。此方法安全可靠，化验记录作内外两份。

40. 治疗室护士的一些要求

答：1、隐私的尊重；2、操作技巧要百分百准确，不能操作的不能勉强，应知的必须应会，超出职责范围内的不能乱解释，可以推给医生，语言要讲求艺术；3、无菌技术的要求；4、及时的反馈和医生沟通。