

《现代医院营销能力提升与实战技巧》

【 课程背景】

- * 医疗纠纷频发，医患关系紧张
- * 医务人员对医疗服务认识偏差，服务意识不强
- * 外部营销手段多样，不能形成合力，效果不明显
- * 服务营销手段多样，缺少监督考核，达不到效果
- * 服务营销不系统，效果差，资源浪费严重

【 课程目标】

- * 提升全员职工服务意识及服务方法
- * 改变观念，全员营销
- * 传授理论加方法，真正实现落地实施
- * 以服务的形式做营销，内外兼修，形成系统
- * 持续加强全员服务营销，与监督考核挂钩，激发潜能，发力

* 环环相扣，形成体系，导入日常管理

本课程系统的、全方位的、从内强服务素质，到外修服务渠道，以服务的形式做营销，加强监督考核，与绩效挂钩，激发全员潜能，提升服务营销效果，实现医院发展目标的快速达成……

【 课程对象】

- * 全院职工
- * 科室管理者
- * 医院市场部门全体人员
- * 医院主管服务营销的院领导及市场部门管理人员

【 课程时间】

- * 10 小时 (5 小时/天)

【 课程特点】

- * 系统的，全方位的

- * 先内后外，内外兼修
- * 监督与考核挂钩，挖掘全员服务营销潜能
- * 形成制度，纳入医院日常管理

【 课程大纲】

一、医疗服务的八大特性之服务营销策略

- 1、三大产业与服务的分类
- 2、服务与营销的关系：以服务的形式做营销
- 3、医疗市场营销学的基本理论
- 4、医疗服务的八大特点及营销策略
- 5、医院为什么要持续加强市场营销工作
- 6、怎么样做好服务营销？（医院服务营销 7P 原则/方法）
 - (1) 科室服务产品
 - (2) 控制科室收费水平
 - (3) 修建科室业务渠道
 - (4) 医疗服务需要促销

(5) 提高科室成员素质

(6) 医疗服务实体证明

(7) 规范服务流程

二、医院市场部工作职责及要求

1、医院市场部分工与职责

2、如何做好医院全员营销的监督作用

3、如何做好医院营销的计划与实施

三、医院外部营销渠道建设实例解析

(实例解析与方法传授)

四、医院外部营销渠道建设的工作重点

(实例解析与方法传授)

五、医院如何建立医联体及长效合作机制

(实例解析与实操方案传授)

以上内容只是课题大纲，授课时会提前到达医院，开展课前调研，授课时会结合医院实际情况和需求进行调整。