

民营医院《精细化促销提升版》

促销简单不简单？

有人认为，促销是简单的营销行为，于是他陷入了促销依赖症，搞促销，门诊没有大的提升，不搞促销，门诊下滑。

还有人认为，促销就是找点好的案子然后克隆，但他发现，在别家医院成功的案子，克隆到自己医院，却是失败。

更有人认为，促销就是打折玩价格，可是都低价和免费了，却还是不来病人。

高慧明认为，促销是一整套完整而复杂的营销体系，精细化的去搞促销，才是王道。

精细化促销，可以让您的促销实现自动化积累，做一次沉淀一次，越做效果越好。

精细化促销，可以让您不用增加营销费用，仅仅靠改进促销表现，就会取得效益的增加。

精细化促销，可以让您的活动在竞争中脱颖而出，被受众聚焦关注，被受众优先选择。

课程大纲：

一、序言：为促销正名

- 1.促销不等于低价，促销不等于低级，
- 2.促销广告不会影响品牌，促销不会引起受众反感。
- 3.促销的三大作用：
 - A.形成医院良好的走势
 - B.创造医院业绩的拐点
 - C.改变受众的就医习惯

二、促销三要素之一，形成就医刺激

- 1.定价定天下——科学制订促销价格体系
- 2.把握患者心理——那些关于促销的心理暗示

- 3.聚焦与放大——提升促销效果的一些技巧
- 4.右脑表现法则——让促销的平面更吸引人
- 5.移花接木——巧妙降低促销的价格敏感度
- 6.内外兼修——在经营中落地促销，形成内外整合

三、促销三要素之二，提升促销的可信度

- 1.为什么要搞促销——促销的师出有名
- 2.善于傍一些大款——促销的借势
- 3.文字的游戏——促销可信的细节提升
- 4.他山之石——其他行业广告可信度学习
- 5.信任为王——可信度在院内经营工作中的提升

四、促销三要素之三，合理传播提升促销可信度

- 1.运用周易分析，促销传播的八种方法
- 2.从传统五行文化分析，促销的五种传播气质演绎
 - A.从五行相生来提升促销的传播效果
 - B.从五行相克来实现竞争中的取胜

五、促销自动化，让促销形成营销加法

- 1.促销如何形成沉淀
- 2.如何利用沉淀来让促销自动化