

《医疗工作者阳光心态，卓越患服与全员营销素养提升》

课程大纲

课时：2-3 天

荀子言：心者，形之君也，而神明之主也。而千年以来，从古到今，世人皆有感慨：哀莫大于心死；兵强于心而不强于力。

众多真实的成长故事与成功典范也验证了：没有哪一种选择比态度的选择来得更为重要。有调查研究发现：一般人解决的是技术问题，技术提升只能提升 10% 的生产力；系统的提升可带动 50% 的生产力提升；而态度的提升，生产力的提升可为 200% --500%。

拥有对医院有由衷的认同感、归属感和忠诚度、高素质、专业、敬业、乐业、爱业的职业化员工队伍更是每个医院所追求的理想状态。

因而，对医院的长期、稳定发展而言，技术或系统固然重要，但更重要的是如何激发员工身上强大的精神力量，一种积极进取、锐意向上的精神，包括：信心、希望；勇气、进取；尊重、自爱；敬业、责任；自强、自立、自动、自觉等 . . . 这些要从员工内在的态度获得。

第一篇：医疗工作者的阳光心态塑造和职业化提升

课程大纲

第一部分：每个人都有选择态度的自由

- 1、 医疗工作者职业状态的“五劳七伤”
- 2、 医疗工作者职业生涯的“八大挑战”
- 3、 医疗工作者职业心态的“九大危机”

第二部分：态度成就人生

“心态决定行为的方向和质量”

医疗工作者的职业精神

医疗工作者职业心态与健康

医疗工作者职业幸福感塑造

第三部分：观念与理念的彻底革命 – 找到积极行为和态度的原动力

“一切从“心”改变

善待生命的觉知和允诺 – 做一个有责任心的人

用心经营自己的人生

为何工作？为谁工作？

四种人—“人才坐标”的启示

第四部分：多赢的世界 -- 积极的工作人际心态

加水和舀水 -- 和谐的人际环境是人生珍贵的财富

自觉与自制 -- 积极心态与自我情绪调控

尊重为本 -- 积极心态与有效沟通

放下与拥有 -- 积极心态与冲突管理”

赢在影响力 -- 积极心态与团队协作

第五部分：老鹰的再生 -- 自我激励、积极突破与创新

立志是人生发展的起跑点 – 生涯目标与计划 PDCA

每个人都是一座宝藏 – 潜能无限

跳出自己的盒子—突破原有的思维方式和习惯

赢得力量 -- 信念系统与正面激励

远离自卑 --自信让你如此美丽

不轻言放弃 --积极应对挫折

决不拖延 -- 行动是现在进行式而不是将来式

做好每一件事 –积极心态从细节做起

终身学习– 成长最好的助跑器

第六部分 如何每天都充满激情地投入自己的工作？

目标引导行动

人生目标的重要性/如何设定人生目标/目标和计划的关系

设定计划的重点 /实现计划的步骤 /平衡思考力和行动力

让行动变得快乐

为什么行动比怎么行动更重要 /建立行动和快乐的链接

凡事要主动出击 /开发你的潜意识 /改掉拖延的习惯

第七部分 怎样把工作变成乐趣？

为什么要把工作变成乐趣

个人成就取决因素 /乐在工作的好处 /快乐状态才能做好
/活在现在，享受过程 /并非工作需要你

怎样把工作变成乐趣

使命感的定义 /找到工作使命感 /感动才会行动 /怀着伟大动机工作

第八部分：把天职作为职业信仰

什么是职业信仰

如何去履行职业信仰

天职与使命目标的区别

职业信仰的八个步骤

履行职业信仰的三大好处

更快获得财富

更快达到目标

满足自我实现的需求

第二篇 《医患沟通技巧与卓越客户服务意识提升》

课程大纲

第一部分：医疗服务工作的重要意义

1. 员工工资、运营经费从何而来？
2. 客户价值的双重性
3. 医疗服务是供求关系的结果和体现
4. 医疗服务是医院成长的秘密武器
5. 做好医疗服务工作的最终体现

第二部分：医疗服务理念

1. 医院—员工—患者 是一个循环的整体
2. 医疗服务工作的 3 个层级
3. 患者对服务满意的 3 个部分
4. 服务中存在的 3 个差距
5. 医院盈利 服务为本

第三部分：医疗服务的质量

1. 医疗服务质量的定义
2. 医疗服务质量的 6 大特征
3. 提升医疗服务质量的核心

第四部分：医疗服务人员的素质要求

1. 心理素质要求
2. 品格素质要求

3. 技能素质要求

4. 综合素质要求

第五部分：优质医疗服务的基本要求

1. 超越他人的6个要素

2. 卓越服务的10个要点

第六部分：高效沟通技巧是医疗工作者的必备要素

沟通障碍：

1、沟通的目的性不明确，没有正确阐述信息；

2、给人以错误印象；

3、没有选择合适的渠道；

4、接受信息的障碍：判断、偏见、情绪。

沟通的四大秘诀：真诚、自信、赞美他人、善待他人。

第七部分：人际风格沟通

性格分类：和平型、活泼型、完美型、力量型

判别自己和别人的性格

从聚会看性格；从行为上来识别；从风格上来识别。

与活泼型一起快乐表现出对他们个人有兴趣；

与完美型一起统筹做事要周到精细、准备充分；

与力量型一起行动讲究效率和积极务实；

与和平型一起轻松使自己成为一个热心真诚的人。

第八部分：处理患者投诉与提升忠诚度的沟通技巧

把满足患者需求的全过程视为服务；

每个患者得到意料之外的满意作为服务的最高标准

- 一．确立服务质量与客户忠诚标准
- 二．接纳投诉与投诉处理技巧
- 三．建立分类和分等级处理系统
- 四．客户忠诚分析与忠诚提升
- 五．形成投诉受理档案和更新营销数据库

第三篇《现代医院全员营销素养提升》

课程大纲

第一部分：四大经典

经典营销理论回顾

- 1．营销的“品位”
- 2．什么是营销？
- 3．四大经典理论回顾
- 4．什么是全员营销？

第二部分：五大理论

品牌/细分/定位/渠道/促销

1. “**品牌**是一种名称、术语、标记、符号或图案，或是他们的相互组合，用以识别某个消费者或某群消费者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品或服务相区别”。 ---营销专家菲利普·科特勒博士

2. **细分**就是运用各种方法，把整体市场划分为同质性子市场的行为和过程

3. **定位**就是用一个想法或词，来明确一个公司或品牌在目标消费者心目中的地位.

4. **渠道**就是产品或服务从生产者手中传递到分销商，再由分销商传递到消费者手中的通道。

5. **促销**就是以企业人力或非人力方式，传递有关企业和产品的信息，使顾客产生好感和信任，进而影响和促进购买的一种积极营销手段.

第三部分： 医院营销的六大原则

- 1.互惠
- 2.承诺
- 3.认同
- 4.喜好
- 5.权威
- 6.短缺

第四部分： 全员营销的三大战略与操作流程

1.宏观谋势

2.中观布阵

3.微观搭台