**道恒医院管理中心**

**突显品牌、有效传播——医院品牌新媒体宣传技巧**

**培训通知**

**医管培[2023]5号**

**各级医疗机构：**

随着我国医疗改革的不断深入与发展，医疗管理模式、发展模式、运营模式、服务模式正在经历前所未有的大变革。2020年的十四五规划中，已经明确未来中国大健康事业、医疗行业、医疗机构、中医医疗机构的发展方向与目标。面对时代的变革，国务院办公厅由在2021年6月4日发布了《国务院办公厅关于推动公立医院高质量发展的意见》，要求力争五年的时间做到全国公立医院发展的三转变、三提高。明确要求全国公立医院在五年时间内，从规模扩张向质量效益转变，从粗放式管理向精细化管理转变，从注重物质要素向人才要素转变。真正做到医疗质量、服务效率、收入待遇三提高，不断增加各级公立医疗机构的综合能力的同时不断提升中医诊疗能力，加强中医药的诊断使用。同时国家医政医管局近期向外公布《关于印发公立医院高质量发展促进行动（2021-2025）的通知》明确了促进各级公立医院快速发展的具体要求。将建设临床重点专科群、建设高质量人才队伍、建设三位一体智慧医院、提升医疗质量水平、提升患者体验度、提升医院综合管理能力写入其中。国家不仅在各级医院发展规划的文件中明确未来医院运营管理的新要求，也在最新的《2020等级医院评审细则》中将医院综合运营能力、科室中层管理能力、智慧医院体现能力、员工绩效提升能力、患者服务感知能力做出了新的定义与要求。本次课程就将从实际出发，解锁医院品牌在疫情之下如何开展有效的推广宣传。传播医院的正能力量价值，让医疗品牌更加具有价值。

道恒医管于2023年6月17日-18日在太原市举办《医院品牌新媒体宣传技巧》。欢迎各级医疗卫生机构相关同仁、专家学者苍临指导，现就培训组织机构、日程安排等有关具体事项通知如下：

**一、时间地点**

报到时间：2023年6月16日(周五下午15:00-21:00)

培训时间：2023年6月17-18日（周六全天、周日半天）

培训地点：太原合生酒店（太原市小店区并州南路41号）

**二、课程收益**

● 梳理医院品牌宣传的短板与不足；

● 梳理医疗品牌发展的核心主题；

● 提供一套医院有效的品牌发展宣传策略；

● 提供一套医院有效的品牌发展宣传技术；

**三、师资介绍**

**单运滔老师**

**医院管理专家**

白求恩精神研究院医院报刊与

新媒体传播委员会 副秘书长

中西医协会教育与管理分会 委员

中国整形美容协会医学教育与管理分会 委员

北京大学 上海交大 同济大学 复旦大学

厦门大学 华侨大学 浙江大学 兰州大学 特聘讲师

国家职业规划师

国际ACI注册培训师

浙江省护理员资格认证讲师

**8年医院品牌、服务运营实战经验**

**10年医院、科室精细化管理经验**

**实战经验：**

**☆ 8年医疗机构品牌、服务实战经验，**医院的**医疗服务、科室运营、科室品牌塑造、新媒体营销、医院服务团队打造**等培训，曾服务于浙江省中医院、浙江中医药大学附属第三医院、西南医科大学附属中医院、中山大学附属肿瘤医院、四川省人民医院、泉州市第一人民医院、重庆市涪陵区中医院、，累计授课近1000场次，深受医疗机构和医务工作者的追捧与喜爱。

**☆ 10年医院医教科室工作经历，**从**医院服务窗口岗位、科室运营、医院体系管理等医疗行业不同层面的岗位历练**，累积大量结合一线工作者实际的服务管理经验。在医疗体制改革不断推进，两票制、医生多点执业、民间资本涌入的情况下，不断深入研究医院新运营思路提升综合实力的医院运营管理方法。

**四、课程大纲**

**第一讲：医院品牌定义**

一、品牌的意义

1、品牌释义

* 医院品牌的概念
* 医院与品牌的实质关系

2、医院品牌的核心机制

* 医院品牌的核心
* 医院品牌的价值

3、医院品牌的五大特征

* 医院品牌的综合特征
* 医院品牌的资本特征
* 医院品牌的表现特征
* 医院品牌的认同特征
* 医院品牌升级的特征

二、优秀医院品牌的七个必要条件

* 品牌的本质——质量
* 品牌的支持——服务
* 品牌的脸面——形象
* 品牌的依托——文化
* 品牌的基础——管理
* 品牌的活力——创新
* 品牌的右臂——广告

**第二讲：三级医院品牌传播核心**

一、医疗新媒体营销的机遇与挑战

* 政府层面（加强监管，优化产业）
* 资本层面（降低门槛，资金融入）
* 医院层面（营销转变，服务第一）
* 医生层面（回归本质，重塑形象）
* 行业层面（创新升级，重新洗牌）

二、市场对新媒体营销的需求

* 回归医疗本质突显医疗价值
* 新营销增值价值被公众认可
* 转变营销销售模式，营销服务要同步
* 市场透明化让医院品牌更有价值
* 管理先行让新媒体营销数据化

三、新媒体营销定义

1、医疗新市场营销目的

* 能进来
* 能留下
* 能成交
* 能回头

四、医院品牌传播核心的四大原则

* 真实可靠
* 重点突出
* 传播便捷
* 方便导入

五、医院品牌传播核心的四大要素

* 医院政治环境
* 医院经济环境
* 医院社会环境
* 医院技术环境

六、医院品牌宣传团队的组织

* 组织定位
* 人员组织
* 物资准备
* 科室合作

**第三讲：三级医院新媒体传播技巧**

一、微信、微博传播

1、什么是微信、微博传播

* 微信的概念
* 微信与医院营销的实质关系

2、微信营销的四维度

* 高效吸粉有工具
* 故事内容留住粉
* 数据管理抓住粉
* 合理管理激活粉

3、微信、微博内容核心

* 文章的编撰技巧
* 照片的选排技巧
* 订阅号推广技巧
* 公众号推广技巧
* 微博号推广技巧

二、抖音传播

1、什么是抖音传播

* 抖音定义
* 抖音模式

2、抖音推广技巧

* 推广形式
* 拍摄技巧
* 呈现技巧
* 事件运作

3、微信营销的6大要求

* 具备定位的时机
* 具备定位的政策
* 具备定位的人员
* 具备定位的患者
* 具备定位的项目
* 具备定位的能力

5、医院品牌定位的过程

* 案例：北京丽格品牌解析

三、医院全员新媒体推广技巧

1、全员营销的必备条件

* 明确的品牌文化基调
* 全员认同的企业文化
* 全员营销的绩效激励
* 全员营销的组织建设
* 全员营销的渠道建设
* 全员营销的培训体系

2、全员微信营销的ASCE方法

* 广告
* 新媒体
* 渠道
* 事件

3、全员微信营销四大手段（PEST实施工具）

* 医院形象公益营销
* 医院优质服务营销
* 医院项目包装营销
* 医院学术医生营销

四、医院落地落地的6种途径方法

* 学术交流方法
* 广告包装方法
* 患者教育方法
* 口碑转播方法
* 管理升级方法
* 公益展示方法

**第四讲：当前基层医疗营销解析**

一、后十九大时代8大医疗影响

* 全面停止以药养医
* 大力鼓励社会办医
* 全面推进医联体制
* 进行合理分级诊疗
* 家庭医生全面普及
* 医养结合有效实施
* 智慧医疗合理运行
* 电子病例社保并行

二、基层医院运营推广的11项变化

* 核心理念变化
* 就医模式变化
* 信息渠道变化
* 消费决策变化
* 交易习惯变化
* 消费理念变化
* 医护角色变化
* 核心思维变化
* 广告投放变化
* 营销场景变化
* 效果判断变化

**第五讲：基层医疗“新”营销技巧**

一、基层营销现状

* 经营意识不足
* 经营思路不变
* 酒香不怕巷子深
* 缺少数据管理
* 没有人才
* 自我发展不足

二、未来的挑战

* 网络的快速发展
* 基层医疗的专业化
* 名医自主创业
* 资本进入市场
* 顾客意识改变

三、品牌的意义

1、品牌释义

* 医院品牌的概念
* 医院与品牌的实质关系

2、医院品牌的核心机制

* 医院品牌的核心
* 医院品牌的价值

四、打造医院品牌的四大基本模式

* 医疗质量锻造模式
* 医护服务锻造模式
* 形象广告锻造模式
* 医院专家锻造模式
* 案例：1.台湾长庚医院品牌文化

2.民营整形医院品牌解读

五、营销数据的调研与分析

1、医院经营数据概念

* 什么是营销数据
* 营销数据的重要性

2、重要的营销数据

* 医院覆盖率
* 医院人群率
* 医院诊量率

第六讲：医院粉丝客户管理

一、小客户，大管理

1、营销客户模式

* 僵尸粉
* 活跃粉
* 围观粉
* 参与粉
* 抢手粉

2、各级粉丝六维有效管理

* 管理体系
* 管理流程
* 管理工具
* 管理人员
* 管理监督
* 粉丝参与

3、重点粉丝的筛选

* 互动筛选
* 活动筛选
* 工具筛选
* 数据筛选

4、僵尸粉管理激活

* 僵尸粉的定义
* 僵尸粉的筛选
* 激活活动
* 线下激活

二、粉丝到诊服务更重要

1、什么是粉丝服务

2、医疗服务五大层次

* 需求层次
* 满意层次
* 超值层次
* 超乎想象
* 不可思议

三、意识落地，全民服务

* 顾客中心，成为文化
* 服务员工，服务顾客
* 以身作则，绩效推进

四、基层医院新媒体落地的6种途径方法

* 学术交流方法
* 广告包装方法
* 患者教育方法
* 口碑转播方法
* 管理升级方法
* 公益展示方法

五、社区医院新媒体线下活动的组织实施

* 项目设立
* 寻找合作
* 细节设计
* 人员安排
* 组织实施
* 引导到院
* 跟踪评估

六、社区医院新媒体跟踪四大维度

* 服务维度
* 目标维度
* 人员维度
* 持续维度

**五、培训对象**

1、各市、县（市、区）卫健委主管领导。

2、各级医院书记院长、经营院长、运营院长、宣传院长、外联院长、服务院长、临床科室主任护士长运营助理通讯员，医务部、运营部、经营部、宣传部、外联部、服务部、网络部、新媒体部、体检中心、健康教育科等部门负责人。

**六、收费标准**

1、培训费1380元/人（含：教材费、培训费、场地费）

2、食宿费用自理，望各单位积极组织相关人员参加。

**七、缴费方式**

单位名称：北京医大道恒医疗集团有限公司

开户银行：中国民生银行北京房山支行

汇款账号：1554 31767

**八、联系方式**

报名咨询：朱老师186 1014 4951

**** 张老师185 0121 3281

报名邮箱：sxbeiyi@126.com

北京医大道恒医疗集团有限公司

2023年05月4日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **《医院品牌新媒体宣传技巧》培训班**  **报名回执表** | | | | | | | | |
| 基本信息栏 | | | | | | | | |
| 医院名称 |  | | | | | | 级 别 |  |
| 联 系 人 |  | | 电 话 | |  | | 邮 箱 |  |
| 姓 名 | 性 别 | 职 务 | | 手 机 | | 邮 箱 | | |
|  |  |  | |  | |  | | |
|  |  |  | |  | |  | | |
|  |  |  | |  | |  | | |
|  |  |  | |  | |  | | |
|  |  |  | |  | |  | | |
|  |  |  | |  | |  | | |
|  |  |  | |  | |  | | |
|  |  |  | |  | |  | | |
| 住宿安排 | 标间[ ] 大床房[ ] 房间数量共[ ]间 | | | | | | | |
| 入住时间:16日（ ） 17日（ ） | | | | | | | |
| 注册费用 | 培训费: 元× 人= 元 | | | | | | | |
| 发票事项 | 发票抬头名称： | | | | | | | |
| 纳税人识别号： | | | | | | | |
| 地 址、电 话： | | | | | | | |
| 开户行及账号： | | | | | | | |

报名咨询：朱老师18610144951 报名邮箱：sxbeiyi@126.com