# 医疗营销如何做到知己知彼？

2018-09-08 09:52[推广](http://www.sohu.com/tag/77515)

▼

**不做考核的营销就是不知己**

**不做广告的营销就是不知彼**

营销市场不但和对手做竞争，还要和市场做竞争，营销如逆水行舟不进则退，医疗市场更是如此，医疗患者一年一个变化，医疗技术更是日新月异，医疗市场更是变幻莫测，但是不试水怎么知深浅，不听点响声怎么知道市场反应，医疗市场更是进入者众多，前赴后继者犹如飞蛾扑火，浴火丛生者极少，都是在水深火热中挣扎，就好比只有退潮了才知道谁是裸泳一般，医疗市场做不到知己，则怎么死的都不知道，不知道为啥业绩这么差，不知道为啥想法和现实差距这么大。医疗市场做不到知彼，则犹如黑灯瞎火盲人摸象，不知深浅就跳下海，要不就是花了大钱听到点响声，要不就是伤痕累累，花钱买经验。

战略上要藐视敌人，战术上要重视敌人，谨慎的同时要大胆果决，如果一直谨慎则失去了进取之心，如果一直大胆果决则鲁莽行事无所顾忌会栽大跟头。市场营销其实就是价值的营销，是需要的营销，一切花里胡哨的附加会掩盖真正的核心，而我们所做的一切就是让需要的人知道如何找到我们，让价值得到传播和利用，这就是我们做营销的目的，而我们所做的工作真的达到我们的目的了吗？

这就牵涉到考核，一个企业如果没考核，那么它的运营就会有很大问题，那么这个企业就会很快死去，如果一个企业没有良好合理的考核，那么这个企业很难长久生存发展下去。这也是我一直强调的要做考核，其实公司各种制度也是一种考核，但是我们这里只说业绩的考核，和提成挂钩的考核制度。

其实监督考核一个很大的功能就是能反馈，效果反馈以及问题反馈，对我们工作的效率不言而喻，就拿我们医院的网络部来说，以前我们只对竞价和客服有考核提成，网络部其它所有人都没有，现在则对编辑和推广制定了考核具体办法，一考核才发现有很多问题，以前没这问题吗？有，肯定存在，为啥没改呢，因为以前没考核，网络部长干啥呢，他不负责对自己的编辑和推广进行监督吗？他也没发现问题吗？

这就是吃大锅饭的坏处，做好做坏都没关系，那么何必当这个恶人呢？发现了问题也不改正这个问题，网络部长也很难做，强行改正的话还会适得其反。考核还有一个指向性，而这个指向性则来源于市场的反应，就拿网络推广来说，我们医院一般做的就是有收录的推广，并且明确了有推广信息的才算有效推广，才有提成，详细的见我另一篇网络推广考核文章，这里就不多说了，只是说百度收录是变化的，这个网站最近收录不好就要换个，不断更新推广网站灵活调整就是应对市场变化而不是死守呆板，知己知彼才能游刃有余。