# 创意or策略，谁才是医院营销策划的No.1？

2018-09-13 12:03[谢谢](http://www.sohu.com/tag/77896)

**在医院营销策划中，策略为先，而创意跟后！**

**如果一定要分出轻重的话，那么策略重过一切**。为什么当企划部提出策划方案的时候，决策者总是慎之又慎：为什么一个个大胆而新奇的创意在执行中总是胎死腹中，很多时候，我们总是抱怨决策者胆小怕事，不敢放手一搏。其实，真的了解医院吗？

据我了解，不是老板们没有豪气，而是真的输不起。辛辛苦苦盘出点起色的医院，因为策略的失误，可能导致业绩一蹶不振，严重的会使患者在医院治疗的过程中对医院的好感下降，再无起死回生之术。这样脆弱的“孩子”，谁敢轻易地改变它的生存法则。

**那么，为什么医院营销策划的策略中‘为’先?**

1、医院是集中投资较大，回收周期长的企业，投资者注重的是长远的发展，及希望于持久的回报。所以，经营策略及营销策略是决定性的，一旦决定了，就失败不起。一旦策略失败了，前期投入的大笔资金就可能打水漂。

2、医院的生存与发展非同一般企业，他表现出极强的道德敏感性，一次失策或者一次医疗事故，都可能导致医院彻底倒下。策略失败后重新起死回生的可能性非常小。

结合以上两点，医院投资者对于如何经营医院的决策是非常慎重的，而且必须慎重，并非是真的胆小怕事。

我们看到的医疗广告，千篇一律，对于创意艺术忽视得较多。但是如果你仔细阅读，你会发现其中也有许多吸引患者或让患者动心的地方。其实，是一些策略执行得比较到位。

**医院营销策划也是如此，策略的正确与否，决定策划的成功与否是很重要的一点。**创意只是策略执行中的催化剂，并且创意要依赖策略才得以衍生，好的创意可以让策略表现得更出色。但一定要明白，策略在整个方案中占据主导地位。

真正有效的医院策划，并非几次广告的投入和活动的执行就结束了；医院策划应该是一个可持续发展的运作过程，前期的市场调研以及过程中的随机应变，都是需要医院品牌宣传人员所考量的。