# 民营医院要发展，营销必不可少！

2018-08-02 12:08[医院管理](http://www.sohu.com/tag/72587)

民营医院如何生存和发展，这是医院管理者最需要解决的问题。民营医院与公立大医院比缺少病患资源，与其他民营医院相比，人才和医疗技术也没有太大的差异。小编今天想要提醒医院管理者，在这个医疗市场如战场的社会，一定要做好营销策划。营销策划不是做了再想，而是想好了再做，因为现在的医疗市场是很残酷的。

开办一家医院的成本是极高的，任何一位管理者都不敢说自己能够毫无压力的承担医院倒闭的代价。所以，我们不能打没有把握的仗，医院的发展需要智取，而智取的关键在于营销，小编今天就与各位医院管理者分享，整合营销对于现在医院发展具有什么意义和如何去开展整合营销。

**一、整合营销的主要内容**

医院开展整合营销，需要明白什么是整合营销。整合营销作为一种营销方法，根本出发点就是要服从营销本质即满足病患需求，病患的需求是医疗市场的一个必不可少的组成部分。随着社会的发展，病患的需日益复杂化、个性化和多变化，现在的医院只为病患治好病是无法完全满足病患的需求了，病患在诊疗过程中寻求的是一种综合价值的实现，这种综合价值对于病患来说就是“高度满意”。

医院开展整合营销的实质就是，所有的宣传策略都围绕着医院的经营理念，发展规划为中心而进行，将所有的服务包装成一体，比如医院的宣传、医院的市场定位、医院的医疗技术、医院的医疗服务等一切人民群众能够感受到的，看到的整合为一体，使医院的价值形象与信息以最快的速度传达给人民群众。

**二、制定整合营销的目标**

医院管理者在开展整合营销前，需要对医院的营销策略进行科学、合理的规划，包括医院的发展目标、市场地位、医疗服务及传播策略以及前中后期等运用的策略都要制订出来，以此作为整合营销的指导思想。

比如医院的发展目标是两年内资金回正，第三年开始盈利。医院的类型是专科医院、重点发展的是牙科等等，确定好基本的信息，是医院开展整合营销的基础工作。

**三、避开整合营销的四大缺陷**

**1.重于形式**

医院开展整合营销，只重视营销战术是否包含了传播的所有内容，而不管这个计划是否符合医院的实际条件。

医院管理者在实施整合营销时一定要注意根据医院自身的实际条件来开展，比如许多管理者容易犯的误区在于策略制定的太全面，却忘记了自家医院是一家专科医院，不是综合性的医院，这样制订出来的营销策略的实用性就很低了。

**2.忽视细节**

医院管理者认为只要有一个大方向，涵盖了所有的内容就一定能够起到效果，忽略了整个策略中的一些细节安排。

**3.范围太广**

营销战略一定是有重点的，并且医院的资源也是有限的，如果整合营销的覆盖面太广，医院的资源就不能很好的得到利用，医院的竞争力就难以提升。

**4.忽视市场情况**

营销战略决策覆盖面太广，有一定程度是因为医院管理者忽视了市场情况，管理者对整合营销策略太过依赖，没有分心去关注医疗市场的动向和最新资讯，无法针对最新的信息去改变对策，最后只能靠营销策略的全面覆盖来掩盖医院的不足。

**四、如何运用开展营销**

**1.了解竞争对手**

医院的竞争力高不高，不是管理者自己说了算，是需要有一个外部条件来作为比较的。医院在开展整合营销之前，需要关注竞争对手的情况，整合营销的开展需要随着竞争对手的变化而变化。

比如竞争对手的资金力量非常强大，医院自然不能在医疗设备、医院装修上钻牛角尖，必须改变营销策略，随机应变。

**2.了解传播媒体**

媒体的传播对于医院开展营销的重要性是不言而喻的，在进行整合营销时，要注意在不同的市场条件下，运用不同的媒体传播。并且，媒体也在不断发展，以前不适合的媒体或许现在正好合适，这些都要求医院管理者对媒体的特点及运用条件了如指掌。

医院提供医疗服务针对的对象可以根据年龄层进行划分，重点面向老年人就适用于传统媒介传播，如报纸。如果面向中年人，则适用于电视，进行传播，年轻人则适用于互联网。在新时代，建设属于自己医院的微信公众号，也是现在医院进行营销传播的新选择，媒体传播的选择，决定了营销策略实施的成效，管理者对于传播媒介的选择要慎重再慎重。

**3.合理分配资源**

在整合营销目的确立好，医院管理者就要在营销导向指导下着手营销整合方案的执行工作，整合营销方案的实施，涉及到的资源、人员等问题都要重点关注，并且在各个方面合理的投入资源，医院资源就这么多，如果分配的不合理，营销计划可能开展到一半就夭折了。

比如医院的医疗服务很好，却缺少知名度，如果管理者还将过多的资源投入在医院的设备，聘请更多的学术专家而不是进行医院的对外宣传，提高知名度，这个营销策略的实施就是失败的，因为资源在一开始就分配错误了，一旦实施了，管理者会发现，资源在减少，但是却没有任何成效。

**4.经营理念的统一**

整合营销是围绕真确的目标制定清晰的策略而实施的营销手段，因此整合营销的目标一定是要与医院的经营理念相统一的，否则开展整合营销就失去了意义。并且整合营销并不是要面面俱到，根据管理者的经营理念，可以有针对的进行营销，也减少了资源的浪费。

营销是以最少的付出创造最大的回报，医院经营发展是需要有所付出的，时代在转变，人民群众的需求也在提升，医疗市场越来越像一个战场。

医院管理者如果开办了医院却不开展营销，就好像手握一把机关枪在胡乱的扫射，扫射完了，发现敌人没消灭，子弹空了，所以营销就是让医院经营做到“弹无虚发”，用最快的速度获得成功。