**医院社区营销**

 随着我国城市经济的不断发展以及城市社区化进程的加快，众多各具特色的城市社区正如雨后春笋般不断涌现，蕴含着巨大的医疗服务，社区健康咨询服务由此应运而生。社区推广一旦达到“面”的渗透，既为后期广告的跟进起到品牌先导和铺垫作用，同时又可先竞争对手，占领社区有利位置，起到“蚂蚁雄兵”般意想不到的效果。社区营销的意义、开展社区健康宣传营销，是满足社区居民日益增长的健康咨询服务的需要，体现医院与时俱进的服务理念。随着城市经济的快速增长，现代人的健康需求也随之增长，个人健康服务需求进入前所未有的多样化、个性化时代。这一特点在居民定位较为明晰的各类社区显得尤为集中和突出，迫切要求健康医疗服务触角适时跟进社区。因此，搞好社区健康咨询服务，乃是满足广大客户特别是社区居民日益增长的健康服务需求，提升社区健康服务品质和居民生活品质，发展社区经济的需要。这不仅是医院医疗服务方式的转变，更是医疗服务理念的转变，体现了医疗服务与时俱进的本色，具有十分重要的现实意义和长远意义。

 开展社区健康咨询宣传营销，是打造医疗行业服务金字招牌的需要，有利于塑造良好的企业形象，推动可持续发展。以社区形成的特定客户群体为目标客户，主动地、有针对性地进行健康咨询和健康服务的营销宣传，能够很好地增强特色专科营销的有效性，逐渐培养目标客户的认同感和亲近感，使其切实感受和体会到社区医疗服务的价值，提高医院的美誉度，使社区居民对医院的技术、专科、设备、专家与服务由被动接受到主动选择、由松散随意选择到主动享受，最终达到共同促进业务发展和提升医院品牌形象的目的。总之，通过开展社区公益义诊宣传营销，可以更加明确自身的市场定位，并根据自己的综合实力和服务水平，开发出代表医院鲜活的形象和人性化的服务，向社区客户展示鲜明的健康医疗服务形象，以独特的医疗品牌和健康服务个性赢得市场竞争的优势。通过开展社区健康公益活动宣传营销，还可以培养一支充满朝气活力、富有时代观念、勇于开拓创新的医疗服务队伍和医疗营销人，以获得可持续发展。

 开展社区医疗公益宣传营销，有利于跟进市场变化，加强医院与客户、医生和患者的信息交流，推动医疗改革创新。城市社区尤其是新兴的中高档社区集中了一批健康程度重视高、思维活跃，引领健康消费时尚的居民，他们无疑是医院力争的目标客户群体。通过开展社区健康咨询宣传营销，可以收集到有关市场资料，为研究、细分、确定目标客户，开发新的特色专科、引进新的医疗技术和医疗服务手段提供依据。通过开展社区公益义诊宣传营销，还可以建立起医院与社区居民之间的交流渠道，并使之正规化、长久化，医院从中得到的信息反馈可以有效地指导今后的医疗市场营销，并能够严格地检验医院现行医疗特色专科和服务运作模式的有效性和实用性，从而有效弥补医疗网点辐射半径有限、影响不够深入的缺陷。

 开展社区健康咨询公益义诊宣传营销，有利于充分发挥医疗行业的整体优势，壮大和优化个人客户群体，培育和拓展新的效益增长点。社区分布广泛，居民众多，并且同一社区内的居民有着很强的“人以群分”特点，最适合于医院开展个性化营销宣传。使得医院网点网络覆盖面广，有步骤地实施遍布全市的主要街道、居民生活区，社区健康咨询服务的推出，就是看准了当前社区医疗健康服务营销这个空白点，找准了社区对健康医疗服务需求旺盛这个契合点，充分利用现有的整体资源优势，通过广泛深入、针对性强的市场营销宣传，一方面进一步扩大医院企业形象和服务品牌的影响力和亲和力，另一方面有效地营销医院的各种特色专科，发掘和培植潜在客户群体，尤其是中高端客户群体，增强医院的发展后劲，扩大我们的效益来源。从这层意义上说，广泛开展社区健康咨询服务，对优化医院个人客户结构和效益结构，有着十分重大的促进作用，应成为当前医疗营销业务工作的重中之重。社区营销的总体思路

 指导思想。坚持以发展为主题，以市场为导向，以客户为中心，以服务为宗旨，以效益为目标，积极探索社区健康咨询宣传营销工作的新路子，努力实现五个结合，即统一集中宣传营销与阶段分散宣传营销相结合，近期品牌打造与中长期产品营销相结合，院内宣传营销与院外宣传营销相结合，重点宣传营销与一般宣传营销相结合，全院整体联动与部门分工协作相结合。通过开展多层次、多形式的宣传营销，达到推展企业形象，打响医疗健康服务品牌，扩大市场份额，提高经营效益的目的。