# 医院网络营销的渠道属性介绍

2018-08-30 13:35[推广](http://www.sohu.com/tag/57522)/[微博](http://www.sohu.com/tag/70953)/[技术](http://www.sohu.com/tag/78029)

竞价推广是从事网络推广工作人员的必修课，在搜索推广中，医疗行业的成本和推广的力度是非常大的，这里就给大家简单介绍下医院常见的营销套路，给那些还没有接触到小伙伴提前做下功课。

竞价搜索

竞价搜索是流量获取主要来源，因为不同城市的竞争程度以及投放的预算不同，有些推广效果较好的城市或者项目会以竞价搜索为获取流量的主要方式，例如有些连锁名字的整形医院，竞价流量的来源分为两部分，一部分是直接转化，另外一部分是进入养护转化阶段。目前竞价搜索流量主要集中于百度、搜狗、好搜等。

新媒体

新媒体也就是自媒体平台，这可不是单纯的指代微信加粉，这部分又可以分成两小类，一部分是自媒体类，一部分是第三方医疗平台。

自媒体类以各种信息平台推广为主，例如今日头条、百家号、一点咨询、大鱼知乎、抖音快手等等，这些平台可以像发外推一样，把内容充实良好的文章上传，提高自身的知名度和品牌形象。建议和微博同步。其中有些平台的部分是可以单独购买广告的，但这是需要信息流广告投放技巧的。此外新浪微博可以说是一个重点，以医生、官方账号的组合方式进行推广，注重于本地粉丝很多的账号在这方面做的还是不错的。

第三方医疗平台也是有着不错的转化的，分成免费和付费推广两部分，免费就像正常的外推注册平台一样，付费的可以增加发布量和曝光。发布的内容，可以以手术成功案例的介绍、优势的专家和技术为主。这对于正处在竞争激烈状态下或是刚开业的医疗机构来说，付费推广是可以带来一定的引流的。

外推优化

外推优化可以说是营销推广的基本工作内容，可以增加医院的搜索量以及维护医院的正面信息，其中主要有百度产品、大门户软文的发布。虽然现在外推和优化不是特别关键，但还是是要继续进行的，因为这些多多少少可以提高医院的可信度。

医院的网络营销知识就简单介绍到这里，网络营销推广是一个长期的工作，需要从业人员的坚持才能见到成效。

