# 医院营销策划要以品牌建设为主

2018-08-31 13:09[推广](http://www.sohu.com/tag/57522)/[消费](http://www.sohu.com/tag/67300)/[战略](http://www.sohu.com/tag/57528)

不少的民营医院在初期都会遇到，知名度低、患者数量少的问题，这时做好医院的宣传营销工作就很重要了，但是许多人并不知道营销推广的正确方法甚至还有南辕北辙的，那如何做好医院推广，乃至做好医院的品牌建设，有哪些误区要注意呢？

品牌就是名牌吗？

很多医院觉得名牌就是品牌，甚至将名牌作为医院发展的战略目标，那名牌和品牌到底有没有区别呢?

首先，名牌仅仅是一个高知名度的品牌名。而品牌包括很多内容，知名度仅是品牌的一个方面。品牌还包含了商标、名称、价格、历史、声誉、广告、风格等。所以相比于名牌，品牌有更深层次的内涵和价值。

其次，名牌通常可以通过广告的堆砌来造就。而要建一个品牌，则是一个复杂的工程，包括品牌的战略规划、视觉形象、核心理念、广告品位等一系列工作。而且，需要品牌管理者长期小心地经营，每一次产品推广、广告运作，都是品牌管理者的心血和汗水。一个品牌的树立，是要经过漫长岁月的考验。

最后，从作用来讲，品牌比名牌更强大、更持久、效果更明显。知名度只能在短期内促进消费。而真正的品牌，是一种象征意义，能传递甚至影响消费者的生活方式，从而为企业带来长久的效益。

做产品就是做品牌吗？

品牌不仅仅意味着产品质量、性能等方面的优秀，心理消费才是真正的重点。同时品牌也是身份的象征，现在是品牌力的时代，产品不但要优秀，同样的产品，有没有品牌标签，对消费者而言意义完全不一样。产品竞争与品牌竞争完全是两个不同层面的竞争，产品物质的享受是其次，品牌带给他的意义才是主要的。人们更愿意购买有品牌的产品，哪怕会付出更高的代价。品牌可以让产品升华，品牌做得越久积累越多。

此外，即使有了产品，有了市场，也不意味着就有了强势品牌。如果品牌只是靠产品好坏来领先其他竞争对手，那这个品牌是有被别的品牌所赶超的可能的。

以上就是对于医院营销品牌的一些见解，其实对于其他的产品也是受用的。如果能给大家带来一点启发那就太好了。

