# 有关医院市场营销的几点

2018-05-05 20:08

医院市场营销，就是指医疗单位充分了解患者或亚健康人群的愿望、需求，采取一定的服务项目、合理的价格、完善的过程，为他们提供满意服务的过程。

在当今形势下，做好医院的市场营销工作应在如下几个方面下工夫：

医疗技术质量是医院的生命线

每一种营销都有一个定位，对生产单位的定位、对所生产产品的定位、对服务对象的定位。医院是一个特殊的服务机构，产品即是医疗服务。这个机构提供的服务与众不同，是为患者提供医疗服务。这种服务分为核心服务与增值服务两种，核心服务就是所提供的主要服务，即为患者治病；增值服务即为病前服务、病中服务、病后服务等相关延伸服务。

医疗技术是医院的支柱，是核心服务的载体。在开展市场营销活动中，应该以医疗技术做支点来进行营销，没有突出的技术优势，医院的市场营销简直无从谈起。一家不能将患者的病治疗的比较好的医院，它的生存和发展是可想而知的。因此，各家医院必须重视医疗技术的进步和技术优势的形成，要集中力量培养发展高、精、专医疗技术人才，不断提高为患者解除病痛的能力，这是一家医院能否生存和发展下去的关键问题。

良好的服务环境是医院发展的保障

除了具有较高的医疗技术水平之外，还要有良好的服务环境。一个温馨、舒适的医治疗养环境，有利于患者的早日康复。服务环境包括硬环境和软环境，硬环境就是患者就医环境的布局、卫生等情况，软环境包括医务人员的道德水平、服务态度、服务细节等。

改善服务环境的具体措施：（1）切实转变服务态度，随着国家经济的快速发展，人民生活水平的不断提高，患者对就医环境的要求也在提高，各家医院要尽其所能对门诊、病房进行改造、装饰，开展一些人性化门诊、病房，以满足患者的需求。（2）随着医疗市场竞争的日趋激烈，医务人员的服务态度也在不断改善，但仍有个别医务人员存在服务态度生硬、话语难听等情况出现，加重了患者心理上的痛苦。因此必须对医务人员加强职业道德教育，不断提高其思想道德 水平，提高医院精神文明建设力度，强化想患者所想、急患者所急、视患者如亲人的观念。

亲情的沟通是医院快速发展的润滑剂

良好的上下内外关系是一家医院快速发展的润滑剂：（1）医院与上级部门间的沟通，是取得医院良好发展的外部环境及政策支持的关键；（2）与下级医院、社区之间的沟通，为他们提供技术支持、业务咨询，从而增进感情；（3）医院人员内部之间的沟通，加强科室、人员之间的友好协作；（4）与患者之间的沟通，如病前介绍医院的情况、病中做好病情解释、患者出院后做好随访等服务，把相关的延伸服务做到位。