# [行业聚焦]做好医院网络营销，提高转化率！

2018-09-13 19:39

目前，医院网络营销做得并不好，转化率相对较低，到底怎么样做才能最大化地把访客转化为顾客，帮助你留住客户，真正实现好的网络营销效果！



在做医院网络营销的时候，潜“客户”通过网站营销后成交，那么我们就算是网站的转化率，我们在做医院网络营销的时候将会采取很多不同的营销轨道，如竞价、博客、论坛、微博等等最终目的也就是将有效的网络媒体提升流量增加宣传，最终目标是提升转化率。我们在控制网络营销媒体的资金，而提升网站的转化率就是成本的降低，效益的增值。因此从事医院网络营销的er将不断的需找如何提升转化率，下面将重点阐述侧重换位思考，如何抓住“客户”思维以“客户”为中心构造医院网站，从而提高网站转化率。

**一、换位思考，把握患者心理**

做网站策划人员应该明白我们在做营销的时候必须之道感性营销往往比理性营销容易得多，也就是在互联网这个平台，“客户”是无法通过面对面直接的让他们更加直观的感受到，所以我们要侧重一些细节来提升“客户”对医院感性上的认可，以此来增加患者就诊的信心。

**二、整体VI和UI一致，提高信任感**

每个页面主体内容的位置和色调要保持一致，这包括内容列表页面、文章主题页面、专题页面和单一页面；网站页面要与医院VI统一，体现出医院的特色，让网站形象和医院形象协调一致。这样才不会使得患者进入网站为了找页面的主题位置，而眼花缭乱，从而培养医院的可信度，使访客产生信任感。

**三、在网站优化与网络营销结合**

我们做搜索引擎优化目标是为了营销而做优化而不是只为了优化的做优化。优化不仅仅要关键词排名还要做搜索引擎营销，这才是真正的优化。内链是搜索引擎优化的一种友好方式，其核心思想，是对患者的一种友好方式的表现。做优化与做营销型网站略微不同，优化型网站追求PV而营销网站追求最终效果，优化型网站可能为了增加PV而将页面分页，而我们做医院网站，尽量将患者所要得到的内容放在一个页面，尽量减少患者的点击动作。

**四、优化标题关键词，潜在引导**

一种疾病基本上有六大属性，分别为：治疗、护理、症状、检查、诊断、常识，而其中的治疗方法是其中核心。如患者通过“xx多少钱？”那么该客户可以判断是最求价格，那么我们在做引导的时候要侧重性价比的手术，这样成交量将会大得多。

**五、帮助“客户”下决定**

治疗一种疾病，只有一种方法是最好的，不要让“客户”犹豫不决犹豫不觉。提供选项给“客户”是好的，但是提供多种选择有可能会丢掉一些“客户”，即使给“客户”多选项要告诉“客户”最好的，毕竟医院比患者更专业，帮助“客户”下决定，帮他选择最适合的治疗方法。

**六、信息简洁，避免干扰信息**

页面要追求简洁明了，少一点干扰对“客户”而言，或许会多停留一些时间。减少页面的跳出率。

**七、建立专业强大的在线客服咨询系统**

当前强大的在线客服咨询系统是医院营销成功的基本需求，与患者建立在线的实时沟通时医疗网站提升转化率的必然选择，其次就是类似留言的网上挂号，所谓的医院网站预约挂号系统。就是填写个表格登记下就可以预约了当然这个表肯定包含了姓名、联系方式、预约时间等。每家医院都大同小异，但这里需要提下，就是要注意细节。比如说至少要包含预约的流程。为了吸引患者填写预约，优惠肯定需要的，再者，优惠卡的领取，预约后如何确认，预约表的登记等都因该清楚的写明白。让患者感觉服务的周到，提高预约成功率。