

XX口腔医疗中心开业策划

www.toutiao.com 2020-02-08 14:36

市场分析

牙病，可称是世界上发病率最高的疾病，而且牙痛也是人最难忍受的疾病。而据我们调查，就目前杭州市场而言，治疗牙病最值得别人信任的医疗机构并不多，人们提的最多的是“杭州中医院”，理由是里面中医医疗技术比较成熟，且该医院在杭州的中老年人当中的认同率非常之高。

可见，在杭州，治疗牙病，其竞争对手并不多，还是有相当大的市场空间，而就XX医疗中心而言，策划的要点就是，我们如何在杭州和别人形成差异化竞争，来占领自己的市场空间。

比较类别	XX	中医院
规模	XX 规模较小，但小可以输出我们更专业的概念	较大，但因为科目较多，其优势相对分散
医疗技术	XX 因为“陈医生”的留美背景，可以强调其西方医疗理念和科技优势	有比较成型的中医技术背景，这在中国确实有一定吸引力。
品牌	美誉度不错，但知名度似乎欠佳	知名度和美誉度都相当不错。
医疗环境	就笔者直接感知，XX 的就医环境，已经相当不错，不少地方体现了一定的人性化设计。	大多医院的医疗环境，都不太如人意，呆板，单调的室内风格几乎是医院“大一统”的风格。

XX口腔医疗中心开业策划

就以上比较，我们得出初步结论：

- 一、就规模而言，不是我们目前的竞争优势；
- 二、医疗技术面，我们必须依托“陈医生”的留美背景，否则很难让消费者真正信服；
- 三、品牌，我们的弱项是知名度方面；
- 四、医疗环境，我们有优势，但其不利点是，这不是顾客选择的第一要素。

策划目的：

根据以上分析，我们的开业策划，首先要解决的是两点：

- 一、品牌的告之；
- 二、品牌所蕴涵的医疗技术背景。

这也可以说是目前XX口腔医疗中心吸引顾客的最大利益点。

策划运做思路:

一、开业策划运做:

1、预告性宣传: 建议做一期报纸广告, 媒体选择《都市快报》, 通栏。该广告因为直接影响到开业的成功与否, 策划设计上要形成强烈的关注点:

拟主题: 开了, 就要“以牙还牙” -----XX口腔医疗中心#月#日开业惊喜

该广告最好还具备一大要件: 即持该开业广告, 都可以享受XX口腔医疗中心的一次免费服务。

2、以中心地点2.5公里以内, 发放宣传单, 该单具备的功能:

- (1) 地点告之的功能;
- (2) 医疗技术告之的功能;
- (3) 享受医疗服务优惠的功能;
- (4) 享受至少一次的免费服务的功能。

3、策划“口腔医疗诊疗卡”, 对进入中心的顾客进行赠送。

4、开业现场和外围的布置:

中心的现场布重点是在建国北路为中心入口处, 外围主要包括在乐购超市的附近设置导引牌, 直接发放宣传单品。

二、开业后新闻运做:

这也是目前XX医疗中心扩大知名度的重要手段。

标题拟: 《老外补牙, 考验杭州牙医的“英语”等级-----XX口腔医疗, 让老外感觉有点亲》; 《这个中心有点怪, 牙医集体学英文-----XX口腔医疗中心掀起学习外语热》

策划以上新闻, 其新闻点, 是老外在杭州补牙, 因为很多牙医不懂英语, 导致沟通困难。

重要目的:

- 1、将XX的品牌形成强烈的关注点, 引发口碑宣传;
- 2、以“老外”来隐射“XX”的医疗技术背景。

基本费用预算：

一、报纸宣传费用（包括广告费用和记者劳务费用）：28000元左右；

二、诊疗卡的制作费用：按照1000张计算，在1500元左右；

三、现场布置费用，4000元左右。

四、宣传单设计印刷：10000份，7000元左右

不包括总体策划执行费用，以上总计投入为40500元。

口腔医院排名

瑞尔口腔官网

圣贝口腔医院

种植体排名

口腔医院排行榜