牙科诊所微信营销方案步骤

1、了解牙科诊所做微信营销的目的

这个很重要，如果对牙科诊所微信营销的目的都不清楚，可能做出来的方案都是南辕北辙的。有些诊所是为了让自己的医疗服务更便捷，有些诊所是为了更好宣传医疗产品从而获得更高就诊转化。当了解好诊所的需求后，才能明确的选择使用服务号还是用订阅号，之前有一些客户就是注册的时候选了订阅号，但发现自己其实需要的是服务号，因新注册的订阅号是不能升级到服务号的，所以只能重新注册了，万一之前的号用了诊所官方名称，那新注册的号在命名的时候就会很麻烦。当然也可以两个号都开通，不过需要考虑两个账号的分工，否则就会自乱阵脚。

2、分析同行或相关帐号

很多牙科诊所微信公众账号的运营者很少关注同行账号，通常同行才是最好的老师，有很多东西都不需要重新摸索，甚至把他们成功的运营方式，或者内容布局直接抄回来就可以了。所以要关注大量行业相关的微信账号，看看他们用服务号和订阅号的情况，了解他们用那种类型的账号比较多，那些账号的营销做的比较成熟，每天关注他们的动态和运作的方式、活动的安排和文案，要做一份有行业针对性的方案是需要花不少时间在竞争对手身上的。

3、运营微信帐号1-2个月

最好是先把牙科诊所的公众账号运作1-2个月，微信账号的内部栏目设计、运营方式、营销方式，例如每天发什么内容文章，自定义菜单有哪些栏目，对应栏目有什么内容，有什么作用，微信账号如何推广，活动如何做等等。如果对微信营销完全没有概念，就直接同行微信营销最好的账号内容直接照搬，自己运作一段时间试试，然后再适当微调。

在这段时间里，需要整合诊所一些资源来做些活动，例如朋友圈转发、带朋友到诊消费奖励、做促销、打折等等，只要可以用来给微信做活动支持的方式都可以试试。

结束后把微信做的活动效果、参与人数、就诊转化等等列出来，然后进行分析哪里做得好，哪里需要改进，诊所以后可以如何结合微信来做哪方面的活动等等。

还有就是与客户互动，很多运营者认为客户问问题然后我们回答问题，这样就算互动，事实上这叫问答不算互动。互动是需要官方账号主动带动用户交流的才算真正的互动，让有兴趣的朋友一起交流，这样做的目的是激发一些有共同想法的人群增强互动，简单来说就是跟客户增进感情。

通过跟客户交流，可以总结一些客户关心的话题，例如客户期望的服务环节哪里不完善、投诉最多的问题、有哪些地方可以改进等等都列出来。这也是微信能给牙科诊所带来的一种价值。

可以尝试与诊所互补的行业帐号进行文章内置推荐，就是在对方文章底部推荐自己的账号，自己的文章底部推荐他们的账号。大家的客户群是大致相同的，但是业务没有竞争关系，这样可以快速扩大账号粉丝数量。

4、分析数据和客户

到了1-2个月之后，就可以基于这段时间的运营情况进行总结了，包括对文章的阅读量和转发情况进行分析，哪种类型文章更吸引目标人群、客户反馈、客户互动的情况，还有活动的参与程度和效果分析，这段时间对牙科诊所业务有多少帮助的评估等等。把这些相关数据做个报表，然后结合每组数据进行总结，例如某某类型文章阅读量和转发度极高，可以适当考虑多增加这方面内容发布等等。

5、分配人员任务

根据之前运作的情况，大致可以了解到需要什么人员来负责什么内容，工作和任务如何安排，还有绩效考核如何评定，例如按照文章阅读量和转发量，用户内容信息查询数量，互动效果，活动效果等来评定绩效，当然最好不要这么快把业绩加入到绩效考核，这样员工压力过大，会影响运营效果的，而且有些账号是只有一个人做的。

6、微信账号发展计划

        预估未来牙科诊所微信账号粉丝增长量，对口腔医疗业务和产品的帮助有多少等等做一个预估，一般列个表，每隔3个月账号会发展到什么程度等等。