

牙科怎么做营销推广

www.toutiao.com 2020-02-27 16:41

曾经在一家牙科门诊待了一段时间，负责相应的管理以及协助营销活动的开展，相当于是机构主任的助手，刚开始对这一行业不熟悉，在工作中举步维艰。从刚开始的熟悉了解到后来慢慢的钻进医疗这个圈子，对机构的服务流程以及相关制度的建立也有一定的沉淀，下面我要讲的是关于开展微营销活动的一些经历和心得体会。

挖掘客源 走上策划宣传之路

机构开业多年也沉淀了一定的口碑客户，也开展转介绍奖励制度，所以客源还是有一定的基础，但随着民营机构的崛起以及市场的选择，机构客源受到了一定的挑战，所以不得不开始转向市场去挖掘资源，也就开始一段策划宣传的道路。

开始，都是在网上搜集资料，寻找如何进行有效的宣传手段和方式。搜集起来无非就是社区义诊，进入中小学科普教育等相关活动，然后根据机构周边市场以及机构的情况写了几份策划案，与主任探讨通过某些细节，综合意见最终确定方案，就进行下一步的活动，去找相关的负责人。

巧用领导个人魅力与人脉资源

在爱牙日到来之际，拿着方案前往当地知名的几家中小学校长，意在开展爱牙日启动仪式及后续的相关活动，但是多处碰壁，感觉有点溃不成军的样子，后来总结得出为什么不利用主任的相关人脉资源，果然这一出马上就联系一家学校，前往商量活动事宜，一番交谈之后校长通过这次的方案，也马上给我学校的对接人员协助搞好此次活动，力求做好活动准备事宜。



牙科怎么做营销推广

这里也就告诉我们要善于利用领导的个人魅力和人脉资源，这样成功性也就越大，与其自己在市场上摸着石头过河，这是最佳的打开宣传渠道的方式，然后策划出公益结合品牌的方案，站在举办方角度说出活动意义和价值，通常这样都比较容易接受方案，然后开始准备活动事宜。

高效执行力 让机构“走出去”

准备活动，首先是现场环境和相关流程的布置，交待广告公司以及给相关资料，设计一张大的背景墙和几张校内健康教育宣传栏海报以及横幅，过程中也改了好几次才确定下来。

前期准备必须动员机构人员，协助做好准备，一来这么多流程和环节的工作量也大，二来也是集合众人智慧和体力慢慢去梳理细节，做好外部资源准备与内部的链接，事半功倍，这其实也是检验机构人员的执行力，有没有全员营销意识，在机构中树立“走出去”的营销团队氛围。

活动系列化 形成品牌效益

爱牙日终于来了，花费大量人力物力财力的爱牙日活动终于要开始，我们相关人员提前到场组织，校方快速组织学员到场，嘉宾入席，随着音乐响起，主持人做开场白，然后介绍相关嘉宾领导，随后嘉宾代表讲话，最后到我们机构领导负责人，对此次活动的意义简单说明，着重强调爱牙月系列活动的开展，什么征文比赛，小年纪画牙比赛，再加上派医护人员前来学校宣讲一个星期的卫生保健课(学校组织)等等，爱牙月系列活动正式启动，重在引起活动效益和品牌推广。



牙科怎么做营销推广

这也就是告诉我们搞活动要系列化，只是一个启动仪式是没什么品牌效益的，必须针对合作点把自己的品牌慢慢渗透下去，持续不断的通过一些有意义的活动扩大自己机构的影响力。

虽然有很大的工作量，但是在搞系列活动很多时候都需要学校组织的，我们这边只需要提供一些对接协助以及后续的奖励仪式，所以有学校这么大的资源，必须要好好挖掘学生需求，最终转化为自己的客户。

善做记录与沉淀 树立品牌形象

每搞一场活动，必须做好记录和沉淀，视频、图片、文字这些都要进行存档，这些资料是很有代表性的，有价值的，所以还得广而告之，借此树立起自己的公益形象和品牌推广。

活动结束后，我们还进行聚餐活动，一边总结一边吃饭，褒奖此次活动参与人员所付出的辛勤劳动，其中也是有不足的细节，比如接待嘉宾引导到嘉宾席，没有嘉宾佩戴的胸花;现场布置和现场控制略显经验不足，等等这些都需要在以后的活动中继续完善的，不过总体而言这次活动还是比较成功，受到主任的肯定。

抓住机会 做出品牌效益

接下来马上就要进入学校做好口腔保健的宣教课，毕竟这是来之不易的宣教机会，而且现在的中小学生又很多有口腔保健需求的，所以这个环节主任都很重视。

系列活动搞到一半，果然有这所学校的学生以及家长前来就诊，还有我们给学校老师送出的免费洁牙卡也给科室带来额外的服务项目，都给门诊带来一定的收益。



牙科怎么做营销推广

做好一个营销宣传活动真的不容易，光靠一个人是不够的，需要全体人员的参与，是热情参与，同时还需要策划活动的精心构思，并且能很好的传达活动意图，所有环节都要考虑进去，每个环节的衔接自然顺畅，最终在团队的共同努力下取得不错的成绩，这是对门诊的认可

更多好文章，就在晋齿汇，欢迎关注！

[精品牙科器械网](#)

[口腔博客牙医博客一](#)

[口腔基础知识](#)

[口腔材料网](#)

[口腔医院排名](#)