# 医院企划总监工作计划(热门30篇)

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2023-12-26

*医院企划总监工作计划11.完成并达到以xx医院的名称为第一要素品牌推广和品牌建立的总目标。2.让企业的销售工作更轻松，使销售额不断上升。3.参与企业的经营和发展战略制定，并对企业的管理水平和管理质量等诸方面经营内容提出自己的见解和意见。为了...*

**医院企划总监工作计划1**

1.完成并达到以xx医院的名称为第一要素品牌推广和品牌建立的总目标。

2.让企业的销售工作更轻松，使销售额不断上升。

3.参与企业的经营和发展战略制定，并对企业的管理水平和管理质量等诸方面经营内容提出自己的见解和意见。

为了完成和达到以上3点目标，我将战略高度来初步的制定一下几点工作要点：

1.用最短的时间来客观且准确的了解掌握xx医院的综合经营状态；了解哈尔滨市医疗企业的综合经营状态。

2.对各个方面的信息和数据进行整理和分析，在对过去客观经营优劣认知的基础上，扬优弃劣，进一步实行开放式经营。

3.用站在哈尔滨市和全省的高度视野来看待和整合企业各项资源，突出优势资源。与xx医院的内行人士和企业的高层共同制定新一阶段的企业经营与销售战略。

4.整合企业各项资源过程中，尽量利用已有的资源，有效建立起本部门的组织架构，并合理的进行岗位设置和人员配置，并且按照既定的销售战略和宣传思路对有关人员进行必要的指导性的培训。

5.我的工作重点是以整体销售战略为出发点，品牌的有效推广为主，以市场信息反馈，医院的销售额和品牌推广费用的节约化和使用多样化为运作思路来制定具体的操作模式.

6.运用包括宣传在内的多种运作模式来有效的进行品牌推广运作。

7.与各个部门沟通，协调，以品牌经营为基础，品牌销售战略为枢纽，品牌建立为目标，统筹管理，销售，品牌推广等运营部门共同协作.并提出自己的见解和建议，以供其他部门参考。

8.让人们知道并了解xx医院是黑龙江省一家有品味，值得信赖的有着突出医疗优势的重点医疗单位。

品牌的推广和有效建立是一个长期，综合，复杂的系统工程，但却是我国医疗企业在新经济环境下的必由之路。我个人希望与xx医院的全体员工共同为xx医院美好的明天而努力奋斗。

**医院企划总监工作计划2**

1、市场分析：

随着人民生活水平的不段提升，人们对医疗卫生消费提出了更高的要求。从单一的救死扶伤演变成追求健康、追求优质的生活品质和以为导向的消费活动。医院将面临理性消费的时代、知识经济的时代、全球经济一体化的时代和微利时代。这些时代特征决定了我们的医院管理将逐步进入以患者满意度、忠诚度、医院知名度和美誉度为中心的经营时代。医院只有加强品牌建设，实施品牌经营战略，才能创造，增强竞争能力。品牌所拥有的巨大价值在企业经营中的重要性已经不言而喻了。中国每年的卫生支出接近4800亿元，约占国民生产总值的5。3%，据业内人士估算，这一数字还将以10%以上的速度增长，市场潜力巨大。宝安作为深圳的第一大区拥有近200万人口，其规模已经可以媲美于内地的中等城市。对于任何一个医疗服务机构来说，都是一个不可估量的黄金市场。但在现有的医疗市场的格局下，公立医院暂时仍占据着大部分市场份额，随着民营资本和国外资本的不段涌入，经营模式和服务理念的彰显，医疗市场的格局势必颠覆。

2、医院优势：

3、医院的劣势：

相对于公立医院，民营医院缺乏信誉度，人才队伍不够稳定，起步晚，品牌知名度不高，所处地段社区环境不成熟，交通不方便。

4、争对手分析：

1、宝安人民医院（全市第八人民医院，南方医科大学附属深圳宝安医院）优势特点

a、优势特点长期经营，是宝安市场最老牌的医院之一。

b、地理位置优越，位于宝安老城区，人口密度大，就医方便。

c、医疗水平高。

d、拥有稳定的就医人群

2、西乡人民医院（广东医学院教学医院，天翻地覆的改造为患者提供更舒适的治疗环境）优势特点

a、地理位置优越

b、服务质量较好

c、每周二、五宝安日报健康栏目

d、宝安的老牌医院，有较为固定的服务人群。

3、妇幼医院优势特点

a、专长突出

b、地理位置优越

4、阳光集团春天医院

优势特点：

a、地理位置优势（位于107国道、公路局对面）

b、广告力度强（拥有该集团下属的英雄广告公司为其推广，广告投入仅前期就好称100多万元）

5、宣传目标：第一目标人群——深圳关外包括西乡镇新安镇及附近最广泛受众，第二目标人群——关内最广泛受众。

6、广告效应：提高医院品牌的\'知名度、美誉度，在社会中形成良好的品牌效应。

7、销售促进：充分宣传医院的品牌形象，包括企业的品牌形象和各科室的品牌形象。彰显医院各科室的医疗优势和服务品质。通过相关的公益广告活动提升医院在受众心目中的美誉度。

8、广告投放方向：在选择广告投放时要充分考虑到医院的社会形象，对媒介的选择宁少勿滥，求精求优。对各时段、各媒介要有充分的对比考量。多选择形象好，广告效应高的广告媒介。

xx医疗从建立起至今已走过一年，通过过去一年的广告投放，xx医疗品牌在宝安也有一定的知名度，基本上已完成其品牌的一个导入期。xx年我们的广告投放将将是一个品牌初步成熟的过程。在这个过程中我们的广告计划应着重以下方面：

1、每个季度与社保局联合主办一次大型的公益讲座，树立起xx医疗在公众中的公益形象，提高社会美誉度。

2、医院形象代言人：聘请医院形象代言

人，用于平面媒体的宣传。

3、医院外围布置轮廓灯，以加强附近居民及大众对xx医疗的印象。

4、在医院门诊四楼增设一个“儿童欢乐天地”。

5、工作总结医院内添置多个顾客意见箱“您的意见是我们进步的力量”。

6、雇用或调派“关爱大使”，主要任务是将“关爱的信息”带给每个顾客，如主动向病人问好，为顾客解答问题，记录意见等。

7、公交车体广告：在宝安主要路段投放一定的公交车广告。

8、大型户外广告牌：在南头关口附近做一个户外广告牌，宝安主要路段安放2至3个大型户外广告牌（不要与路牌指引重复），一是起到宣传的作用，二还可以用作路牌指引功能。

9、广播：冠名一个交通频道广播节目，覆盖有车族。

10、电视广告：每天在宝安电视台（翡翠频道）播放数次1分钟医院广告，加强xx医疗在人们心中的品牌印象。如推出系列广告，医院形象———宏厚资本及超优质人性化服务；手汗治疗中心————一朝去除手汗多的困扰；妇产科vip区————让太太做幸福女人；耳鼻咽喉————一根头发丝治疗酣症。

11、宝安日报每周以软文形式开一个健康专题栏目，加深公众对xx医疗的认知。

12、1。1元旦节，对医院环境要作相应的布置，比如在大门口要做两个大

灯笼，横幅等等要做出节日的气氛。

13、进一步完善医院的导视系统。

14、妇女节前一周在宝安日报和深圳晚报上各做3~4期妇产科的软文促销广告

15、5。1在宝城区分点举行大型的义诊活动（健康快车进社区），邀请媒体作相关报道，并且印发相关健康和护理常识小手册。以提高医院在公众中的知名度和美誉度。

16、该年度父亲节和母亲节均以“表孝心，送爸妈体检更贴心”为主题分别组织促销活动，并各在宝安日报出两期图文广告。

17、组织策划“5。12护士节爱心大行动”，在院内进行宣传，以院长的名义对院内各位住院患者送上一套祝福早日康复贺卡和若干糖果，以此增进医患感情体现人性化关怀并在院内各个电梯和广而告之张贴海报，在院^v^横幅。并以此为内容在晶报刊发短讯一篇。

18、暑假针对教师检验费和诊疗费作一些优惠调整，并在宝安日报和晶报上做相应的宣传，既树立了医院良好的公益形象又拉动了医院的门诊收入。

19、组织策划“9。20爱牙日特别行动”，在院内进行宣传，院内个电梯和广而告之张贴海报，在院^v^横幅。

20、10。1在宝城区分点举行大型的义诊活动（健康快车进社区），邀请媒体作相关报道，并且印发相关健康和护理常识

小手册。以提高医院在公众中的知名度和美誉度。

21、11。8日院庆期间开展相关的诊疗优惠活动，并配合活动在宝安日报、晶报以及特区报等媒体进行软文广告宣传。

22、12。25圣诞节，针对医院各住院儿童患者策划一次“xx医疗的温馨圣诞”活动。由医院员工拌成圣诞老人为孩子们一一发放圣诞特色的小礼物、制作许愿卡由医院患者和员工填写挂圣诞树上。由企划部派人拍照在医院宣传橱窗中展示。

**医院企划总监工作计划3**

企划总监岗位职责

1、负责制定并落实园区全年活动计划。

2、在总经理的直接领导下，根据计划开展市场企划工作，配合园区（酒店、教育板块）营销工作和其他各项工作的开展。

3、参与公司经营目标战略研究，根据企业品牌的定位和目标，负责企业品牌的形象规划和管理。

4、组织市场、产品、消费者的调研活动，提供企业发展、营销战略的分析和资讯。

5、与媒体协作,开展企业新品推广、市场开拓、广告创意制作、广告发布、产品促销等市场营销策划活动。配合其它部门开展营销策划、推广工作。

6、对广告的发布实施活动进行事前、事中、事后效果评估，及时给予调整、修正。对一线经营部门进行业务指导、审核、监控、协调，配合各部门开展媒体投放、产品促销等营销活动。

8、拓展、开发与维护线上各类销售渠道，对一线经营部门（销售部、婚庆部等）的资源进行分配与监管。

9、负责会员工作的维护与开发。

**医院企划总监工作计划4**

1、内部人员进行明确的分工，并制定每个成员的每日工作职责，并每周向部门领导汇报本周的工作情况；

2、每天早上开早会，每个成员需汇报本人的手头工作，并分配新的工作，提高企划部的工作效率；

3、制订企划内部工作流程及考核制度，通过完善企划工作制度与企划流程，以进一步提高企划工作的效率；

4、企划部8月的主要工作

（1）进一步完善院内导示牌子及各科室的形象广告；

（2）制作宫腹腔镜五分钟的电视专题片；

（3）设计子宫肌瘤手册，高校《青春向左》手册、设计新一期《时尚xx》杂志；

（4）减少xx二套的广告预算，加大xx四套的广告投放量，以扩大电视广告覆盖面；

（5）终止与《xx晚报》的报眼合作事宜，尝试将资金投向在尧都区城区内覆盖面较广的《消费广场》等dm广告；

（6）继续电视、户外广告监播工作；

1、计划生育科：

（a）利用拓展组开发尧都区市区内的各大药店和性保健店等终端渠道，以垄断尧都区内的早早孕检测试纸销售，通过销售带有本院广告的早早孕检测试纸，来直接锁定人流目标人群，从而引导她们的消费行为来选择xx现代女子医院检查及就诊以达到提高计生科的门诊量。

（b）设计印刷人流温馨卡，一可防止客户的流失，二可提高计生科的附加值服务

（c）由于现处于暑期，校园人流市场开发暂未启动，8月份前期先制作校园《青春向左》手册，为9月份学校开学进高校讲座作好准备

2、炎症科：

加强软文投入力度，多种技术辨症施治平面广告结合，突出妇科炎症的表现症状，采用理性恐吓诉求办法，以吸引目标人群来我院消费。

3、妇科肿瘤、内分泌：

（a）设计印刷《子宫肌瘤手册》，以大量子宫肌瘤的科普软文结合子宫肌瘤图片，重点推介宫腹腔镜的技术原理及优势

（b）制作宫腹腔镜5分钟电视专题片，通过宫腹腔镜技术的宣教以提高群众对该微创技术的认识，以突出我院在妇科宫腹腔镜技术在专家优势，技术优势。

4、产科：

（a）通过本院员工本土化的优势，规定每个员工主动向家里附近的`社区孕妇发放本院的《准妈妈手册》，达到目标人群对我院产科专家、环境等认识

（b）加大温馨产科的软文与硬广告的投放力度，突出我院产科的专家技术优势，环境服务优势，实现我院产科与先平妇产科医院的品牌差异化

5、乳腺科：

（a）利用“林黛玉”扮演者陈晓旭因乳腺癌的去世的消息，加强软文投入说教过程力度，以唤起女生对乳腺疾病的重视，采用理性恐吓诉求办法，突出中西医技术辨症施治平面硬广告结合，以吸引目标人群来我院消费。

（b）利用拓展部尝试与市区内各大内衣专卖店的合作事宜可能性。

6、整形美容科：

（a）加大整形美容科的软文及硬广告宣传力度，突出我们是xx市首家通过^v^门审批医疗美容机构

（b）与xx三套《动感都市》栏目合作，连续推出医学整形美容专题，通过专家现身说教等手法，突出我院医学整形美容科在xx地区的权威性

（c）在整形项目的宣传上，前期重点以综合的整形的形象为主，妇科整形的广告宣传上突出夜间私密诊疗服务，生活美容重点以光子美肤与光子脱毛为重点

（1）制定拓展组工作职责、流程及考核制作

（2）初步摸索建立一套符合本地区的市场拓展渠道

（3）初步摸索建立一套有效的杂志终端渠道机制

（4）通过发行《时尚xx》渠道开发一批在xx本地区较有影响力的商家初步形成商家联盟

（5）根据夏季夜间居民外出散步的特点，联系平阳广场与鼓楼广场组织2—3场公益性义诊活动，提升我院的知名度和美誉度。

（6）开发x区市区内的各大药店和性保健店等终端渠道

**医院企划总监工作计划5**

>一、计划概述

1、医疗市场分析：

随着人民生活水平的不段提升，人们对医疗卫生消费提出了更高的要求。从单一的救死扶伤演变成追求健康、追求优质的生活品质和以品牌为导向的消费活动。医院将面临一个理性消费的时代、知识经济的时代、全球经济一体化的时代和微利时代。

这些时代特征决定了我们的医院管理将逐步进入以患者满意度、忠诚度、医院知名度和美誉度为中心的品牌经营时代。医院只有加强品牌建设，实施品牌经营战略，才能创造优势，增强竞争能力。一个品牌所拥有的巨大价值在企业经营中的重要性已经不言而喻了。中国每年的卫生支出接近4800亿元，约占国民生产总值的，据业内人士估算，这一数字还将以10%以上的速度增长，市场潜力巨大。宝安作为深圳的第一大区拥有近200万人口，其规模已经可以媲美于内地的中等城市。对于任何一个医疗服务机构来说，都是一个不可估量的黄金市场。但在现有的医疗市场的格局下，公立医院暂时仍占据着大部分市场份额，随着民营资本和国外资本的不段涌入，经营模式和服务理念优势的彰显，医疗市场的格局势必颠覆。

2、医院优势：

3、医院的劣势：

相对于公立医院，民营医院缺乏信誉度，人才队伍不够稳定，起步晚，品牌知名度不高，所处地段社区环境不成熟，交通不方便。

4、争对手分析：

（1）宝安人民医院（全市第八人民医院，南方医科大学附属深圳宝安医院）优势特点

a、优势特点长期经营，是宝安市场最老牌的医院之一。

b、地理位置优越，位于宝安老城区，人口密度大，就医方便。

c、医疗水平高。

d、拥有稳定的就医人群。

（2）西乡人民医院（广东医学院教学医院，天翻地覆的改造为患者提供更舒适的治疗环境）优势特点

a、地理位置优越

b、服务质量较好

c、每周二、五宝安日报健康栏目

d、宝安的老牌医院，有较为固定的服务人群。

3、妇幼医院优势特点

a、专长突出

b、地理位置优越

4、阳光集团春天医院

5、优势特点：

a、地理位置优势（位于107国道、公路局对面）

b、广告力度强（拥有该集团下属的英雄广告公司为其推广，广告投入仅前期就好称100多万元）

5、宣传目标：第一目标人群——深圳关外包括西乡镇新安镇及附近最广泛受众，第二目标人群——关内最广泛受众。

6、广告效应：提高医院品牌的知名度、美誉度，在社会中形成良好的品牌效应。

7、销售促进：充分宣传医院的品牌形象，包括企业的品牌形象和各科室的品牌形象。彰显医院各科室的医疗优势和服务品质。通过相关的公益广告活动提升医院在受众心目中的美誉度。

8、广告投放方向：在选择广告投放时要充分考虑到医院的社会形象，对媒介的选择宁少勿滥，求精求优。对各时段、各媒介要有充分的对比考量。多选择形象好，广告效应高的广告媒介。

>二、计划具体内容。

xx医疗从建立起至今已走过一年，通过过去一年的广告投放，xx医疗品牌在宝安也有一定的知名度，基本上已完成其品牌的一个导入期。xx年我们的广告投放将将是一个品牌初步成熟的过程。在这个过程中我们的广告计划应着重以下方面：

1、每个季度与社保局联合主办一次大型的公益讲座，树立起xx医疗在公众中的公益形象，提高社会美誉度。

2、医院形象代言人：聘请医院形象代言人，用于平面媒体的宣传。

3、医院外围布置轮廓灯，以加强附近居民及大众对xx医疗的印象。

4、在医院门诊四楼增设一个“儿童欢乐天地”。

5、医院内添置多个顾客意见箱“您的意见是我们进步的力量”。

6、雇用或调派“关爱大使”，主要任务是将“关爱的信息”带给每个顾客，如主动向病人问好，为顾客解答问题，记录意见等。

7、公交车体广告：在宝安主要路段投放一定的公交车广告。

8、大型户外广告牌：在南头关口附近做一个户外广告牌，宝安主要路段安放2至3个大型户外广告牌（不要与路牌指引重复），一是起到宣传的作用，二还可以用作路牌指引功能。

9、广播：冠名一个交通频道广播节目，覆盖有车族。

10、电视广告：每天在宝安电视台（翡翠频道）播放数次1分钟医院广告，加强xx医疗在人们心中的品牌印象。如推出系列广告，医院形象—宏厚资本及超优质人性化服务；手汗治疗中心——一朝去除手汗多的困扰；妇产科vip区——让太太做幸福女人；耳鼻咽喉——一根头发丝治疗酣症。

11、宝安日报每周以软文形式开一个健康专题栏目，加深公众对xx医疗的认知。

12、1·1元旦节，对医院环境要作相应的布置，比如在大门口要做两个大灯笼，横幅等等要做出节日的气氛。

13、进一步完善医院的导视系统。

14、妇女节前一周在宝安日报和深圳晚报上各做3~4期妇产科的软文促销广告。

**医院企划总监工作计划6**

一、盘算概述

1、医疗市场分析：

跟着国民生活程度的不段晋升，人们对医疗卫生消费提出了更高的恳求。从单一的杀人如麻演变成追求健康、寻求优质的生涯品德和以品牌为导向的破费活动。医院将面临一个理性花费的时代、常识经济的时代、寰球经济一体化的时代和微利时期。这些时代特点决定了我们的医院管理将逐步进入以患者满意度、忠诚度、医院知名度和美誉度为中心的品牌经营时代。医院只有增强品牌建设，履行品牌经营策略，才华发现优势，加强竞争才干。一个品牌所领有的巨大价值在企业经营中的主要性已经不言而喻了。中国每年的卫生支出濒临4800亿元，约占国民生产总值的，据业内人士估算，这一数字还将以10%以上的速度增添，市场潜力巨大。宝安作为深圳的第一大区占有近 200 万人口 , 其范畴已经能够媲美于内地的中等城市。对任何一个医疗服务机构来说 , 都是一个不可估量的黄金市场。但在现有的医疗市场的格式下，公破医院常设仍占据着大部分市场份额，随着民营资本和国外资本的不段涌入，经营模式和服务理念优势的彰显，医疗市场的格局势必颠覆。

2、医院优势：

3、医院的劣势：

绝对公破医院，民营医院缺乏信誉度，人才队伍不够牢固，起步晚，品牌知名度不高，所处地段社区环境不成熟，交通不方便。

4、争对手剖析：

1、宝安公民医院（全市第八人民医院，南方医科大学附属深圳宝安医院）优势特点

a 、优势特点长期经营 , 是宝安市场最老牌的医院之一。

b 、地理位置优越 , 位于宝安老城区 , 人口密度大，就医便利。 c 、医疗水平高。

d 、占领稳固的就医人群

2、西乡人民医院（广东医学院教养医院，天翻地覆的改造为患者供应更舒畅的治疗环境）优势特点

a 、地理位置优越

b 、服务品质较好

c 、每周二、五宝安日报健康栏目

d 、宝安的老牌医院 , 有较为固定的服务人群。

3、妇幼医院优势特点

a、专长突出

b、地舆地位优胜

4、阳光团体春天医院

优势特色 :

a、 地理位置优势（位于 107 国道、公路局对面）

b、 广告力度强（领有该集团下属的英雄广告公司为其推广，广告投入仅前期就好称100 多万元）

5、宣传目的：第一目标人群――深圳关外包含西乡镇新安镇及邻近最普遍受众，第二目标人群――关内最广泛受众。

6、广告效应：提高医院品牌的有名度、美誉度，在社会中形成良好的品牌效应。

7、销售促进：充分宣扬医院的品牌形象，包括企业的品牌形象和各科室的品牌形象。彰显医院各科室的医疗上风和服务品格。通过相关的公益广告活动提升医院在受众心目中的美誉度。

8、广告投放方向：在筛选广告投放时要充足考虑到医院的社会形象，对媒介的取舍宁少勿滥，求精求优。对各时段、各媒介要有充分的对比考量。多决定形象好，广告效应高的广告媒介。

二、计划具体内容

xx医疗从建立起至今已走过一年，通过从前一年的广告投放，xx医疗品牌在宝安也有必定的著名度，基本上已实现其品牌的一个导入期。xx年我们的广告投放将将是一个品牌初步成熟的过程。在这个进程中咱们的广告计划应着重以下方面：

1、每个季度与社保局联合主办一次大型的公益讲座，树立起xx医疗在大众中的公益形象，提高社会美誉度。

2、医院形象代言人：聘请医院形象代言人，用于平面媒体的宣传。

3、医院外围安排轮廓灯，以加强附近居民及大众对xx医疗的印象。

4、在医院门诊四楼增设一个“儿童欢乐天地”。

5、病院内添置多个顾客见解箱“你的看法是咱们进步的力量”。

6、雇用或调派“关爱大使”，重要任务是将“关爱的信息”带给每个顾客，如主动向病人问好，为顾客解答问题，记录意见等。

7、公交车体广告：在宝安主要路段投放一定的公交车广告。

8、大型户外广告牌：在南头关口四处做一个户外广告牌，宝安主要路段安顿2至3个大型户外广告牌（不要与路牌指引重复），一是起到宣传的作用，二还可能用作路牌指引功能。

9、广播：冠名一个交通频道播送节目，覆盖有车族。

10、电视广告：每天在宝安电视台（翡翠频道）播放数次1分钟医院广告，加强xx医疗在人们心中的品牌印象。如推出系列广告，医院形象---宏厚资本及超优质人道化服务；手汗医治中心----一朝去除手汗多的困扰；妇产科vip区----让太太做幸福女人；耳鼻咽喉----一根头发丝治疗酣症。

11、宝安日报每周以软文形式开一个健康专题栏目，加深民众对xx医疗的认知。

12、新年节，对医院环境要作相应的部署，比喻在大门口要做两个大灯笼，横幅等等要做出节日的气氛。

13、进一步完善医院的导视系统。

14、妇女节前一周在宝安日报和深圳晚报上各做3~4期妇产科的软文促销广告

15、在宝城分辩点举办大型的义诊活动（健康快车进社区），邀请媒体作相关报道，并且印发相关健康和护理常识小手册。以提高医院在公家中的知名度和美誉度。

16、该年度父亲节和母亲节均以“表孝心，送爸妈体检更贴心”为主题辨别组织促销活动，并各在宝安日报出两期图文广告。

17、组织策划“护士节爱心大行动”，在院内进行宣传，以院长的名义对院内各位住院患者送上一套祝贺早日痊愈贺卡和若干糖果，以此增进医患感情体现人性化关怀并在院内各个电梯和广而告之张贴海报，在院^v^横幅。并以此为内容在晶报刊发短讯一篇。

18、暑假针对老师考试费和诊疗费作一些优惠调解，并在宝安日报和晶报上做相应的宣传，既树立了医院良好的公益形象又拉动了医院的门诊收入。

19、组织策划“爱牙日特别举措”，在院内进行宣传，院内个电梯跟广而告之张贴海报，在院^v^横幅。

20、在宝城分辨点举行大型的义诊运动（健康快车进社区），邀请媒体作相干报道，并且印发相关健康跟护理常识小手册。以提高医院在公众中的著名度和美誉度。

21、日院庆期间发展相关的诊疗优惠活动，并配合活动在宝安日报、晶报以及特区报等媒体进行软文广告宣传。

22、圣诞节，针对医院各住院儿童患者谋划一次“xx医疗的温馨圣诞”活动。由医院员工拌成圣诞老人为孩子们逐个发放圣诞特点的小礼物、制作承诺卡由医院患者和员工填写挂圣诞树上。由企划部派人拍照在医院宣传橱窗中展示。

**医院企划总监工作计划7**

企划经理岗位职务说明书

职位名称： 企划经理 所属部门： 总经办 直接上级： 公司副总 直接下属： 企划部门主管 内部关联单位： 各相关事业部门与职能部门 外部关联单位： 各相关施工单位或施工个人等

一、任职资格：

教育背景:营销管理、工商管理、经济学、现代物流管理等相关专业大专以上学历。

培训经历:接受过领导能力开发、市场销营、企业管理、人力资源管理、财务管理等方面的培训。

工作态度:良好的敬业精神和职业道德操守，思想品质端正、为人诚恳、具有较强的事业心、责任感、使命感、感召力和凝聚力。

工作作风：具有一定的奉献与牺牲精神，敬业开明、务实公正、坚持原则的工作作风，能有吃苦耐劳的精神，不怕困难与巨大工作压力，勇于迎接挑战。

工作经验：具备十七年以上的现代连锁流通零售管理经验及专业理论知识，熟悉零售业业的发展趋势；对市场营销、连锁门店管理、客服管理等经营的运作状况有准确的分析判断和较强的控制能力，并能够根据市场变化果断提出解决问题方案的决策能力，同时五年以上同等职位工作经验。

工作技能:熟悉公司业务和流程，在团队管理方面有极强的领导技巧和才能；熟悉企业全面运作，具有先进的管理理念以及很强的战略制定与实施能力；敏锐的市场洞察力、优秀的项目组织能力和市场开拓能力；严谨的策划组织能力及人事管理和沟通能力、商务谈判能力；有良好的口头及书面表达沟通能力；熟练使用办公软件。(一)企划经理职责

全面负责公司企划纲要及企划工作计划的制定和实施;

1、全面管理公司标识系统的统一制定、设计和实施规划;

2、执行总公司营运方针并按需要组织策划公司统一实施的大型企划方案，检查和监督方案的落实;

3、制定公司规划提案，为公司领导提供公司发展战略、公司专项个案、公司整合方向、公司赢利开发等专案，提出基本数据理论依据，当好公司参谋;

4、定期到各门店按照企划纲要及工作计划进行目标检查和考核;

5、负责全公司企划的业务培训及工作指导;

6、制定企划的组织架构、下属岗位职责、部门发展计划;

7、负责企划人员的选拔、考核、培养、推荐;

8、执行总公司规定任务并按要求下发门店各事业部负责实施方案的落实、检查、监督、总结，上报副总经理执行方案结果和执行总结。

9、对全国市场情况进行调研、汇总、分析。

10、负责营运本部企划的日常工作管理及企划部与其他部门的协调;

(二)企划专员职责：

1、组织管理专员

①协助副总经理完成公司规定的各项工作任务，抓好主管的专项业务并向各事业部副总经理汇报结果;

②负责公司企划组织架构的完善及企划部组织架构人员增减的考核;

③负责企划人才选拔条件的制定和企划工作的表彰、评定、通报;

④抓好全公司统一实施文案的执行、监督、修正和活动总结;

⑤负责全公司优秀文案及日常企划文件的建档管理;

⑥对各门店事业部广告收入及规划细则、企划工作总结、工作计划的建档管理;

⑦对全公司企划工作进行总结评定标准的制定;

⑧负责对全公司标识系统统一实施结果的检查和管理;

2、文案策划文员

①负责公司活动策划的企划工作，完成公司布置的日常工作，并向经理汇报工作结果;

②负责公司大型活动的组织策划及实施细案，制定活动的实施细则;

③制定大型活动及一般促销活动的分类考核标准及活动投入与收益的比例要求;

④组织全公司的策划创意和文案写作培训、组织活动实践的培训;

⑤按时完成公司指定个案的策划和个案实施总结;

⑥负责公司企业文化的宣传方案和公司大事记文案的整理编写工作;

⑦对DM快讯主题的策划实行标准范例化;

⑧对新店开业和重大节日活动的策划文案实行标准范例化;

3、媒体宣传专员:：

①负责策划公司企业形象、企业文化、大型活动的媒体宣传方式和组织方案

②制定公司总体形象宣传计划及媒体个案策划，制定媒体开发利用规划细则;

③建立与媒体的良好合作关系，为公司企业形象的提高组织系列软新闻的专题策划;

④负责公司宣传通稿及个案新闻通稿的范例培训;

⑤对媒体广告投入进行广告内容、报纸版面、音像组合、广告主题进行规范培训和创意培训;

⑥对公司重大事件、先进事迹、公司良好形象典型事件负责媒体报道宣传;

4、形象设计专员：

①负责标识系统的设计制作和执行标识系统实施方案的落实;

②负责全公司门店的形象设计;

③企划活动中常用标准道具的设计及使用说明;

④大型企划活动公司性通用的快讯设计稿及媒体广告稿的制作;

⑤负责公司企划形象介绍画册的设计和制作;

⑥对DM快讯的版面设计、广告收费标准进行统一培训，指导各事业部的快讯制作方法;

⑦对标识系统的目的、意义、特征、寓意进行文字创作和理论培训。

5、市场拓展专员

① 负责企划盈利模型、企业形象延伸的开发;

② 负责卖场内外的广告布局、收费标准的制定和分积管理模式的管理监督;

③ 负责制定企划费用管理制度和收入奖惩制度，把公司企划费用纳入规范化管理;

**医院企划总监工作计划8**

2让企业的销售工作更轻松，使销售额不断上升

3参与企业的经营和发展战略制定，并对企业的管理水平和管理质量等诸方面经营内容提出自己的见解和意见

为了完成和达到以上3点目标，我将战略高度来初步的制定一下几点工作要点：

1用最短的时间来客观且准确的了解掌握xx医院的综合经营状态;了解哈尔 滨市医疗企业的综合经营状态

2对各个方面的信息和数据进行整理和分析，在对过去客观经营优劣认知的基础上，扬优弃劣，进一步实行开放式经营

3用站在哈尔滨市和全省的高度视野来看待和整合企业各项资源，突出优势资源与xx医院的内行人士和企业的高层共同制定新一阶段的企业经营与销售战略

4整合企业各项资源过程中，尽量利用已有的资源，有效建立起本部门的组织架构，并合理的进行岗位设置和人员配置

并且按照既定的销售战略和宣传思路对有关人员进行必要的指导性的培训

5我的工作重点是以整体销售战略为出发点，品牌的有效推广为主，以市场信息反馈，医院的销售额和品牌推广费用的节约化和使用多样化为运作思路来制定具体的操作模式

6运用包括宣传在内的多种运作模式来有效的进行品牌推广运作

7与各个部门沟通，协调，以品牌经营为基础，品牌销售战略为枢纽，品牌建立为目标，统筹管理，销售，品牌推广等运营部门共同协作并提出自己的见解和建议

8让人们知道并了解xx医院是黑龙江省一家有品味，值得信赖的有着突出医疗优势的重点医疗单位

总结：品牌的推广和有效建立是一个长期，综合，复杂的系统工程，但却是我国医疗企业在新经济环境下的必由之路

我个人希望与xx医院的全体员工共同为xx医院美好的明天而努力奋斗

**医院企划总监工作计划9**

医院企划主任工作思路-医院工作计划

一、市场调研

1、了解当地医疗市场的状况和媒体的一般特点

调研内容包括：市场的饱和度、市场的疲劳度、竞争对手的实力和当地可利用的广告媒体种类，以及每种广告资源的特点、行情、价位和各种剩余医疗广告资源等。

2、了解竞争对手的操作模式

调研内容包括：竞争对手的广告投放力度，媒体组合营销的全面性和市场终端营销的薄弱环节。

3、了解竞争对手目前营业状况；

调研内容包括：门诊挂号量、门诊治疗量、门诊输液量等各组参数来判断竞争对手所处的市场环境，为下一步制定和调整媒体企划战略方案提供参考数据。

二、企划定位

1、市场定位

对当地医疗市场的饱和度、媒体的疲劳度、媒体的\'可信度、医疗广告的敏感度、患者对民营医院的信任度等进行定位衡量，评估该地区医疗市场是否适合投资。

2、广告投资力度定位

根据市场定位和企业级别定位，确定启动该地区医疗市场每月所需要的广告资金和投资力度。

3、文案写作和广告后期制作定位

根据企业定位，确定文案写作的方向和各种媒体广告后期制作档次与质量。

4、媒体组合营销定位

（1）各种媒体“多元化投放”的侧重点定位；

（2）各种媒体“立体化投放”的侧重点定位；

（3）各种媒体“时段组合”定位。

三、管理方面

（一）了解新医疗集团公司的企业文化：

1、下属医院管理文化；包括：下属医院的组织结构框架、企业诊疗框架、人力资源管理制度、医疗工作制度和各部门主管的领导艺术等。

2、下属医院品牌文化；包括：市场调研、企划定位、固定品牌推广模式和市场终端销营的操作方式等。

3、下属医院经营文化；包括：经营的主导思想、预期达到的标准、开展经营工作的方法、步骤以及相关技巧。

4、下属医院财务管理文化；包括：财务集团公司垂直管理与下属医院综合管理的一般特点。

5、下属医院后勤保障文化；包括：后勤医疗保障物质的采购、储存、陪送和监管等机制，以及员工生活保障的基本模式等。

（二）根据公司企业文化，拟订下属医院的结构框架：

1、拟订下属医院组织结构一般框架；

（1）医院分成：决策层、执行层、基层等三个等级。

（2）根据医院投资规模，科学整合：企划、经营、医务、后勤、财务、人力资源等执行层各个部门。

（3）按企业战略规划和医疗工作制度，科学成立基层各部门。

2、拟订下属医院的企业诊疗框架；（通过定位来完成）

（1）医院的级别定位

根据投资资金、医院占地面积、医院的装修程度等，对所经营的医院按：星级医院、常规医院和社区医院（门诊）等进行科学定位。

（2）诊疗布局定位

对医院内部的导诊台、挂号室、收费室、药房、诊室、检验部门、治疗部门、手术室、住院部、输液室、候诊室等各部门按医院的级别定位进行合理的布局。

（3）诊疗人群定位

根据医院的级别定位，对社会不同消费层次的人群和相对特殊的社会群体进行合理的诊疗定位。

（4）诊疗项目定位

根据医院级别和诊疗人群定位，科学引进不同档次的诊疗设备、药品品种、科学制定高端治疗方案。

3、对医院和拟订各种收费项目。

（1）诊疗价格定位

根据诊疗人群定位，对诊疗不同级别的社会群体，制定不同档次的治疗方案和价格体系，并对门诊平均处方量进行正确引导。

（2）医疗服务定位

根据医院级别和诊疗人群定位，对不同档次的社会群体制定不同质量的医疗服务体系。

4、所有岗位的人员进行战略性配备

（1）下属医院设立总经理负责制；

（2）对整合后的职能部门分别设立主管和配备专业人员。

（3）根据医院企业定位对基层人员进行合理配备。

**医院企划总监工作计划10**

一、计划概述

1、医疗市场分析：

随着人民生活水平的不段提升，人们对医疗卫生消费提出了更高的要求。从单一的救死扶伤演变成追求健康、追求优质的生活品质和以品牌为导向的消费活动。医院将面临一个理性消费的时代、知识经济的时代、全球经济一体化的时代和微利时代。这些时代特征决定了我们的医院管理将逐步进入以患者满意度、忠诚度、医院知名度和美誉度为中心的品牌经营时代。医院只有加强品牌建设，实施品牌经营战略，才能创造优势，增强竞争能力。一个品牌所拥有的巨大价值在企业经营中的重要性已经不言而喻了。中国每年的卫生支出接近4800亿元，约占国民生产总值的，据业内人士估算，这一数字还将以10%以上的速度增长，市场潜力巨大。宝安作为深圳的第一大区拥有近200 万人口 , 其规模已经可以媲美于内地的中等城市。对于任何一个医疗服务机构来说 , 都是一个不可估量的黄金市场。但在现有的医疗市场的格局下，公立医院暂时仍占据着大部分市场份额，随着民营资本和国外资本的不段涌入，经营模式和服务理念优势的彰显，医疗市场的格局势必颠覆。

2、医院优势：

xx医疗是深圳一家按三级甲等医院的要求为标准建设

3、医院的劣势：

相对于公立医院，民营医院缺乏信誉度，人才队伍不够稳定，起步晚，品牌知名度不高，所处地段社区环境不成熟，交通不方便。

4、争对手分析：

1、宝安人民医院(全市第八人民医院，南方医科大学附属深圳宝安医院)优势特点

a 、优势特点长期经营 , 是宝安市场最老牌的医院之一。

b 、地理位置优越 , 位于宝安老城区 , 人口密度大，就医方便。

c 、医疗水平高。

d 、拥有稳定的就医人群

2、西乡人民医院(广东医学院教学医院，天翻地覆的改造为患者提供更舒适的治疗环境)优势特点

a 、地理位置优越

b 、服务质量较好

c 、每周二、五宝安日报健康栏目

d 、宝安的老牌医院 , 有较为固定的服务人群。

3、妇幼医院优势特点

a、专长突出

b、地理位置优越

4、阳光集团春天医院

优势特点 :

a、 地理位置优势(位于 107 国道、公路局对面)

、 广告力度强(拥有该集团下属的英雄广告公司为其推广，广告投入仅前期就好称100 多万元)

5、宣传目标：第一目标人群——深圳关外包括西乡镇新安镇及附近最广泛受众，第二目标人群——关内最广泛受众。

6、广告效应：提高医院品牌的知名度、美誉度，在社会中形成良好的品牌效应。

7、销售促进：充分宣传医院的品牌形象，包括企业的品牌形象和各科室的品牌形象。彰显医院各科室的医疗优势和服务品质。通过相关的公益广告活动提升医院在受众心目中的美誉度。

8、广告投放方向：在选择广告投放时要充分考虑到医院的社会形象，对媒介的选择宁少勿滥，求精求优。对各时段、各媒介要有充分的对比考量。多选择形象好，广告效应高的广告媒介。

二、计划具体内容

xx医疗从建立起至今已走过一年，通过过去一年的广告投放，xx医疗品牌在宝安也有一定的知名度，基本上已完成其品牌的一个导入期。XX年我们的广告投放将将是一个品牌初步成熟的过程。在这个过程中我们的广告计划应着重以下方面：

1、每个季度与社保局联合主办一次大型的公益讲座，树立起xx医疗在公众中的公益形象，提高社会美誉度。

2、医院形象代言人：聘请医院形象代言

人，用于平面媒体的宣传。

3、医院外围布置轮廓灯，以加强附近居民及大众对xx医疗的印象。

4、在医院门诊四楼增设一个“儿童欢乐天地”。

5、医院内添置多个顾客意见箱“您的意见是我们进步的力量”。

6、雇用或调派“关爱大使”，主要任务是将“关爱的信息”带给每个顾客，如主动向病人问好，为顾客解答问题，记录意见等。

7、公交车体广告：在宝安主要路段投放一定的公交车广告。

8、大型户外广告牌：在南头关口附近做一个户外广告牌，宝安主要路段安放2至3个大型户外广告牌(不要与路牌指引重复)，一是起到宣传的作用，二还可以用作路牌指引功能。

9、广播：冠名一个交通频道广播节目，覆盖有车族。

10、电视广告：每天在宝安电视台(翡翠频道)播放数次1分钟医院广告，加强xx医疗在人们心中的品牌印象。如推出系列广告，医院形象---宏厚资本及超优质人性化服务;手汗治疗中心----一朝去除手汗多的困扰;妇产科vip区----让太太做幸福女人;耳鼻咽喉----一根头发丝治疗酣症。

11、宝安日报每周以软文形式开一个健康专题栏目，加深公众对xx医疗的认知。

12、元旦节，对医院环境要作相应的布置，比如在大门口要做两个大

灯笼，横幅等等要做出节日的气氛。

13、进一步完善医院的导视系统。

14、妇女节前一周在宝安日报和深圳晚报上各做3~4期妇产科的软文促销广告

**医院企划总监工作计划11**

1、完成并达到以xx医院的名称为第一要素品牌推广和品牌建立的总目标。

2、让企业的销售工作更轻松，使销售额不断上升。

3、参与企业的经营和发展战略制定，并对企业的管理水平和管理质量等诸方面经营内容提出自己的见解和意见。

1、用最短的时间来客观且准确的了解掌握xx医院的综合经营状态；了解xxx市医疗企业的综合经营状态。

2、对各个方面的信息和数据进行整理和分析，在对过去客观经营优劣认知的基础上，扬优弃劣，进一步实行开放式经营。

3、用站在xxx市和全省的高度视野来看待和整合企业各项资源，突出优势资源。与xx医院的内行人士和企业的高层共同制定新一阶段的企业经营与销售战略。

4、整合企业各项资源过程中，尽量利用已有的资源，有效建立起本部门的组织架构，并合理的进行岗位设置和人员配置，并且按照既定的销售战略和宣传思路对有关人员进行必要的指导性的培训。

5、我的工作重点是以整体销售战略为出发点，品牌的有效推广为主，以市场信息反馈，医院的销售额和品牌推广费用的节约化和使用多样化为运作思路来制定具体的操作模式、

6、运用包括宣传在内的多种运作模式来有效的进行品牌推广运作。

7、与各个部门沟通，协调，以品牌经营为基础，品牌销售战略为枢纽，品牌建立为目标，统筹管理，销售，品牌推广等运营部门共同协作、并提出自己的见解和建议，以供其他部门参考。

8、让人们知道并了解xx医院是黑龙江省一家有品味，值得信赖的有着突出医疗优势的重点医疗单位。

品牌的推广和有效建立是一个长期，综合，复杂的系统工程，但却是我国医疗企业在新经济环境下的必由之路。我个人希望与xx医院的全体员工共同为xx医院美好的明天而努力奋斗。

**医院企划总监工作计划12**

一、企划工作

1、内部人员进行明确的分工，并制定每个成员的每日工作职责，并每周向部门领导汇报本周的工作情况

2、每天早上开早会，每个成员需汇报本人的手头工作，并分配新的工作，提高企划部的工作效率

3、制订企划内部工作流程及考核制度，通过完善企划工作制度与企划流程，以进一步提高企划工作的效率。

4、企划部8月的主要工作：

(1)进一步完善院内导示牌子及各科室的形象广告

(2)制作宫腹腔镜五分钟的电视专题片

(3)设计子宫肌瘤手册，高校《青春向左》手册、设计新一期《时尚临汾》杂志

(4)减少临汾二套的广告预算，加大临汾四套的广告投放量，以扩大电视广告覆盖面

(5)终止与《临汾晚报》的报眼合作事宜，尝试将资金投向在尧都区城区内覆盖面较广的《消费广场》等dm广告。

(6)继续电视、户外广告监播工作

**医院企划总监工作计划13**

20xx年我院新闻宣传工作将以医院中心工作为主线，充分利用新闻媒体、《风采月报》、橱窗、板报等宣传载体，广开宣传之路，促进我院整体工作的顺利开展。

一、建立机构，健全宣传制度。

1、建立医院宣传小组，由院长担任组长，XXX担任副组长具体负责，由部门负责人与各病房护士长担任通讯员，将各部门的最新动态与有价值的新闻线索及时准确地反馈集中上来。

2、建立学习制度，定期召开通讯员学习班，采用“走出去、请进来”等方法，加强通讯员发现新闻、抓住新闻和新闻写作能力，为我院新闻宣传工作奠定坚实的`写作基础。

3、建立奖励制度，鼓励广大干部职工投递稿件，切实形成以通讯小组为中心，全院职工广泛参与的良好的宣传氛围。

二、夯实基础，加强阵地建设。

认真办好院报，将院报作为我院对内、对外宣传的一块主要阵地，将好的稿件经过加工后，提供给各宣传媒体。将医院新的工作，以文字的形式，向广大干部职工宣传这一工作开展的必然性、重要性，引导大家积极参与，认真落实。

三、群策群力，创新宣传思路

广开门路，征集活动方案。围绕我院的中心工作，发挥群众的积极性和参与性，提出合理的活动方案，通过新闻媒体宣传我院的工作。真正做到以活动搞宣传，以宣传促发展。

**医院企划总监工作计划14**

一、 20xx年上半年工作进展

1、完成促销活动15次：

《10周年店庆促销》、《春季旅游鞋特卖会促销》、《三八妇女节促销》、《消协促销》《周二答谢日的推广活动》、《清明节促销活动》、《五一劳动节促销活动》、《五一劳动节促销》、《母亲节促销》、《大家电开业促销》、《六一儿童节促销》、《端午节促销》、《父亲节促销》、《第五届床品凉席节促销》、《百团大战2促销》

2、完成吊旗更换2次，卖场换季装饰2次。

3、完成电视台《莒州纵横》栏目广告拍摄7次，更换1分钟广告27次，6秒广告19次，更换飞字广告28次，更换气象局广告21次。

4、10年1--6月份公司写真制作1784平方，外出做喷绘平方。

5、促销管理流程化：根据我们实际工作情况推出并推广《关于规范卖场pop书写及悬挂的管理办法》、《关于临时性演出活动的审批规定管理办法》、《企划部卖场巡查每天1小时制度》《dm促销海报流程化管理办法》等相关管理，使企划部的工作清晰明朗，责任细分，做到流程化管理，保障了更快更好的完成工作任务。6、出版发行新世纪报6期、《流风》杂志1期。

7、写真管理正规化：10年上半年，针对公司联营供货商的广告制作，出现寻找公司人员讲情而不收费制作写真的现象，我们推出新的应对办法，本着为公司负责，为公司节约每一分钱的原则，对供应商的写真制作定出收费标准，按照规定先写申请，由企划部算出费用后让其本人到财务部交款再凭单给与制作，杜绝了随便制作写真的现象。

9、培养员工时刻保持危机感意识、提升工作激情。工作中，我们最大限度的挖掘员工潜力，动员大家动脑筋，想点子，出谋献策，每周一次的座谈会，让大家畅所欲言，工作氛围融洽快乐，让员工在工作中找到自己的发展空间，确保员工对公司的归属感。

10、上半年企划部员工思想稳定，工作热情积极，团队合作意识强，于新峰、马永峰非常善于自学，对设计水平提升快速，工作执行力强，能够以身作则，很好的完成计划工作任务。李彦伟可能是刚进入公司时间短，在设计理念和风格上等还欠缺，但基础不错，我们会加大压力，让其得到锻炼提升。赵生娟、王俊等工作认真，能很好的完成交办的工作任务

二、 20xx年上半年工作中存在的问题

1、沟通力不到位

企划部从成立至今，人员队伍不断壮大，虽然我们按时完成相关工作任务，但是，作为企划部人员在沟通能力上还是欠缺，部门内我们进行多次调整修正，效果改善很大。但沟通这一项还是我们部门的缺陷，我们会继续努力改进。

2、企业文化宣传不到位10年公司快速壮大发展，在企业文化建设宣传，文化内涵和精神理念上，我们企划部做的还不到位，对文化内涵没有根据公司要求进行有效的提炼、宣讲与推广，对此，企划部会加大力度做好企业文化氛围的营造与宣传工作，促进公司健康发展。

三、对公司工作中提出的几点建议

1、有效的提高中层管理人员的管理能力，明确中层管理人员的权力和职责;

**医院企划总监工作计划15**

医院企划主任的工作思路

一：市场调研

1、了解当地医疗市场的状况和媒体的一般特点；

调研内容包括：市场的饱和度、市场的疲劳度、竞争对手的实力和当地可利用的广告媒体种类，以及每种广告资源的特点、行情、价位和各种剩余医疗广告资源等。

2、了解竞争对手的操作模式

调研内容包括：竞争对手的广告投放力度，媒体组合营销的全面性和市场终端营销的薄弱环节

3、了解竞争对手目前营业状况；

调研内容包括：门诊挂号量、门诊治疗量、门诊输液量等各组参数来判断竞争对手所处的市场环境，为下一步制定和调整媒体企划战略方案提供参考数据。

二：企划定位

1、市场定位

对当地医疗市场的饱和度、媒体的疲劳度、媒体的`可信度、医疗广告的敏感度、患者对民营医院的信任度等进行定位衡量，评估该地区医疗市场是否适合投资。

2、广告投资力度定位

根据市场定位和企业级别定位，确定启动该地区医疗市场每月所需要的广告资金和投资力度。

3、文案写作和广告后期制作定位

根据企业定位，确定文案写作的方向和各种媒体广告后期制作档次与质量。

4、媒体组合营销定位

1各种媒体“多元化投放”的侧重点定位；

2各种媒体“立体化投放”的侧重点定位；

3各种媒体“时段组合”定位；

管理方面：

一、了解新医疗集团公司的企业文化：

1、下属医院管理文化；包括：下属医院的组织结构框架、企业诊疗框架、人力资源管理制度、医疗工作制度和各部门主管的领导艺术等。

2、下属医院品牌文化；包括：市场调研、企划定位、固定品牌推广模式和市场终端销营的操作方式等。

3、下属医院经营文化；包括：经营的主导思想、预期达到的标准、开展经营工作的方法、步骤以及相关技巧。

4、下属医院财务管理文化；包括：财务集团公司垂直管理与下属医院综合管理的一般特点。

5、下属医院后勤保障文化；包括：后勤医疗保障物质的采购、储存、陪送和监管等机制，以及员工生活保障的基本模式等。

二、根据公司企业文化，拟订下属医院的结构框架：

1：拟订下属医院组织结构一般框架；

1医院分成：决策层、执行层、基层等三个等级。

2根据医院投资规模，科学整合：企划、经营、医务、后勤、财务、人力资源等执行层各个部门。

3按企业战略规划和医疗工作制度，科学成立基层各部门。

2：拟订下属医院的企业诊疗框架；

1医院的级别定位

根据投资资金、医院占地面积、医院的装修程度等，对所经营的

医院按：星级医院、常规医院和社区医院等进行科学定位。

2诊疗布局定位

对医院内部的导诊台、挂号室、收费室、药房、诊室、检验部门、治疗部门、手术室、住院部、输液室、候诊室等各部门按医院的级别定位进行合理的布局。

3诊疗人群定位

根据医院的级别定位，对社会不同消费层次的人群和相对特殊的社会群体进行合理的诊疗定位。

4诊疗项目定位

根据医院级别和诊疗人群定位，科学引进不同档次的诊疗设备、药品品种、科学制定高端治疗方案3、对医院和拟订各种收费项目。

5诊疗价格定位

根据诊疗人群定位，对诊疗不同级别的社会群体，制定不同档次的治疗方案和价格体系，并对门诊平均处方量进行正确引导。

6医疗服务定位

根据医院级别和诊疗人群定位，对不同档次的社会群体制定不同质量的医疗服务体系。

所有岗位的人员进行战略性配备

1下属医院设立总经理负责制；

2对整合后的职能部门分别设立主管和配备专业人员。

3根据医院企业定位对基层人员进行合理配备。

**医院企划总监工作计划16**

一、计划概述

1、医疗市场分析：

随着\*生活水平的不段提升，人们对医疗卫生消费提出了更高的要求。从单一的救死扶伤演变成追求健康、追求优质的生活品质和以品牌为导向的消费活动。医院将面临一个理\*消费的时代、知识经济的时代、全球经济一体化的时代和微利时代。这些时代特征决定了我们的医院管理将逐步进入以患者满意度、忠诚度、医院知名度和美誉度为中心的品牌经营时代。医院只有加强品牌建设，实施品牌经营战略，才能创造优势，增强竞争能力。一个品牌所拥有的巨大价值在企业经营中的重要\*已经不言而喻了。\*每年的卫生支出接近4800亿元，约占国民生产总值的，据业内人士估算，这一数字还将以10%以上的速度增长，市场潜力巨大。宝安作为深圳的第一大区拥有近200万人口,其规模已经可以媲美于内地的中等城市。对于任何一个医疗服务机构来说,都是一个不可估量的黄金市场。但在现有的医疗市场的格局下，公立医院暂时仍占据着大部分市场份额，随着民营资本和国外资本的不段涌入，经营模式和服务理念优势的彰显，医疗市场的格局势必颠覆。

2、医院优势：

3、医院的劣势：

相对于公立医院，民营医院缺乏信誉度，人才队伍不够稳定，起步晚，品牌知名度不高，所处地段社区环境不成熟，交通不方便。

4、争对手分析：

1、宝安\*医院（全市第八\*医院，南方医科大学附属深圳宝安医院）优势特点

a、优势特点长期经营,是宝安市场最老牌的医院之一。

b、地理位置优越,位于宝安老城区,人口密度大，就医方便。

c、医疗水平高。

d、拥有稳定的就医人群

2、西乡\*医院（广东医学院教学医院，天翻地覆的改造为患者提供更舒适的治疗环境）优势特点

a、地理位置优越

b、服务质量较好

c、每周二、五宝安日报健康栏目

d、宝安的老牌医院,有较为固定的服务人群。

3、妇幼医院优势特点

a、专长突出

b、地理位置优越

4、阳光集团春天医院

优势特点:

a、地理位置优势（位于107国道、公路局对面）

b、广告力度强（拥有该集团下属的英雄广告公司为其推广，广告投入仅前期就好称100多万元）

5、宣传目标：第一目标人群——深圳关外包括西乡镇新安镇及附近最广泛受众，第二目标人群——关内最广泛受众。

6、广告效应：提高医院品牌的知名度、美誉度，在社会中形成良好的品牌效应。

7、销售促进：充分宣传医院的品牌形象，包括企业的品牌形象和各科室的品牌形象。彰显医院各科室的医疗优势和服务品质。通过相关的公益广告活动提升医院在受众心目中的美誉度。

8、广告投放方向：在选择广告投放时要充分考虑到医院的社会形象，对媒介的选择宁少勿滥，求精求优。对各时段、各媒介要有充分的对比考量。多选择形象好，广告效应高的广告媒介。

二、计划具体内容

xx医疗从建立起至今已走过一年，通过过去一年的广告投放，xx医疗品牌在宝安也有一定的知名度，基本上已完成其品牌的一个导入期。xx年我们的广告投放将将是一个品牌初步成熟的过程。在这个过程中我们的广告计划应着重以下方面：

1、每个季度与社保局联合主办一次大型的公益讲座，树立起xx医疗在公众中的公益形象，提高社会美誉度。

2、医院形象代言人：聘请医院形象代言人，用于平面媒体的宣传。

**医院企划总监工作计划17**

1、医疗市场分析：

随着人民生活水平的不段提升，人们对医疗卫生消费提出了更高的要求。从单一的救死扶伤演变成追求健康、追求优质的生活品质和以品牌为导向的消费活动。医院将面临一个理性消费的时代、知识经济的时代、全球经济一体化的时代和微利时代。这些时代特征决定了我们的医院管理将逐步进入以患者满意度、忠诚度、医院知名度和美誉度为中心的品牌经营时代。医院只有加强品牌建设，实施品牌经营战略，才能创造优势，增强竞争能力。一个品牌所拥有的巨大价值在企业经营中的重要性已经不言而喻了。中国每年的卫生支出接近4800亿元，约占国民生产总值的，据业内人士估算，这一数字还将以10%以上的速度增长，市场潜力巨大。宝安作为深圳的第一大区拥有近 200 万人口 , 其规模已经可以媲美于内地的中等城市。对于任何一个医疗服务机构来说 , 都是一个不可估量的黄金市场。但在现有的医疗市场的格局下，公立医院暂时仍占据着大部分市场份额，随着民营资本和国外资本的不段涌入，经营模式和服务理念优势的彰显，医疗市场的格局势必颠覆。

2、医院优势：

xx医疗是深圳一家按三级甲等医院的要求为标准建设

的，集医疗、教学、科研、预防保健、康复为一体的最大的民营综合性现代化医院。是深圳市医疗定点医院、深圳市120急救医院、深圳市工商保险定点医院、深圳市商业保险医疗定点医院。医院依山傍海，风景秀美，述职报告环境幽雅。拥有各类先进的诊疗设备和过硬的技术人才队伍。

3、医院的劣势：

相对于公立医院，民营医院缺乏信誉度，人才队伍不够稳定，起步晚，品牌知名度不高，所处地段社区环境不成熟，交通不方便。

4、争对手分析：

1、宝安人民医院(全市第八人民医院，南方医科大学附属深圳宝安医院)优势特点

a 、优势特点长期经营 , 是宝安市场最老牌的医院之一。

b 、地理位置优越 , 位于宝安老城区 , 人口密度大，就医方便。

c 、医疗水平高。

d 、拥有稳定的就医人群

2、西乡人民医院(广东医学院教学医院，天翻地覆的改造为患者提供更舒适的治疗环境)优势特点

a 、地理位置优越

b 、服务质量较好

c 、每周二、五宝安日报健康栏目

d 、宝安的老牌医院 , 有较为固定的服务人群。

3、妇幼医院优势特点

a、专长突出

b、地理位置优越

4、阳光集团春天医院

优势特点 :

a、 地理位置优势(位于 107 国道、公路局对面)

、 广告力度强(拥有该集团下属的英雄广告公司为其推广，广告投入仅前期就好称100 多万元)

5、宣传目标：第一目标人群——深圳关外包括西乡镇新安镇及附近最广泛受众，第二目标人群——关内最广泛受众。

6、广告效应：提高医院品牌的知名度、美誉度，在社会中形成良好的品牌效应。

7、销售促进：充分宣传医院的品牌形象，包括企业的品牌形象和各科室的品牌形象。彰显医院各科室的医疗优势和服务品质。通过相关的公益广告活动提升医院在受众心目中的美誉度。

8、广告投放方向：在选择广告投放时要充分考虑到医院的社会形象，对媒介的选择宁少勿滥，求精求优。对各时段、各媒介要有充分的对比考量。多选择形象好，广告效应高的广告媒介。

xx医疗从建立起至今已走过一年，通过过去一年的广告投放，xx医疗品牌在宝安也有一定的.知名度，基本上已完成其品牌的一个导入期。xx年我们的广告投放将将是一个品牌初步成熟的过程。在这个过程中我们的广告计划应着重以下方面：

1、每个季度与社保局联合主办一次大型的公益讲座，树立起xx医疗在公众中的公益形象，提高社会美誉度。

2、医院形象代言人：聘请医院形象代言

人，用于平面媒体的宣传。

3、医院外围布置轮廓灯，以加强附近居民及大众对xx医疗的印象。

4、在医院门诊四楼增设一个“儿童欢乐天地”。

5、医院内添置多个顾客意见箱“您的意见是我们进步的力量”。

6、雇用或调派“关爱大使”，主要任务是将“关爱的信息”带给每个顾客，如主动向病人问好，为顾客解答问题，记录意见等。

7、公交车体广告：在宝安主要路段投放一定的公交车广告。

8、大型户外广告牌：在南头关口附近做一个户外广告牌，宝安主要路段安放2至3个大型户外广告牌(不要与路牌指引重复)，一是起到宣传的作用，二还可以用作路牌指引功能。

9、广播：冠名一个交通频道广播节目，覆盖有车族。

10、电视广告：每天在宝安电视台(翡翠频道)播放数次1分钟医院广告，加强xx医疗在人们心中的品牌印象。如推出系列广告，医院形象---宏厚资本及超优质人性化服务;手汗治疗中心----一朝去除手汗多的困扰;妇产科vip区----让太太做幸福女人;耳鼻咽喉----一根头发丝治疗酣症。

11、宝安日报每周以软文形式开一个健康专题栏目，加深公众对xx医疗的认知。

12、元旦节，对医院环境要作相应的布置，比如在大门口要做两个大

灯笼，横幅等等要做出节日的气氛。

13、进一步完善医院的导视系统。

14、妇女节前一周在宝安日报和深圳晚报上各做3~4期妇产科的软文促销广告

15、在宝城区分点举行大型的义诊活动(健康快车进社区)，邀请媒体作相关报道，并且印发相关健康和护理常识小手册。以提高医院在公众中的知名度和美誉度。

16、该年度父亲节和母亲节均以“表孝心，送爸妈体检更贴心”为主题分别组织促销活动，并各在宝安日报出两期图文广告。

17、组织策划“护士节 爱心大行动”，在院内进行宣传，以院长的名义对院内各位住院患者送上一套祝福早日康复贺卡和若干糖果，以此增进医患感情体现人性化关怀并在院内各个电梯和广而告之张贴海报，在院^v^横幅。并以此为内容在晶报刊发短讯一篇。

18、暑假针对教师检验费和诊疗费作一些优惠调整，并在宝安日报和晶报上做相应的宣传，既树立了医院良好的公益形象又拉动了医院的门诊收入。

19、组织策划“爱牙日特别行动”，在院内进行宣传，院内个电梯和广而告之张贴海报，在院^v^横幅。

20、在宝城区分点举行大型的义诊活动(健康快车进社区)，邀请媒体作相关报道，并且印发相关健康和护理常识

小手册。以提高医院在公众中的知名度和美誉度。

21、日院庆期间开展相关的诊疗优惠活动，并配合活动在宝安日报、晶报以及特区报等媒体进行软文广告宣传。

22、圣诞节，针对医院各住院儿童患者策划一次“xx医疗的温馨圣诞”活动。由医院员工拌成圣诞老人为孩子们一一发放圣诞特色的小礼物、制作许愿卡由医院患者和员工填写挂圣诞树上。由企划部派人拍照在医院宣传橱窗中展示。

**医院企划总监工作计划18**

医院企划主任工作思路 -工作思路

1、了解当地医疗市场的状况和媒体的一般特点；

调研内容包括：市场的饱和度、市场的疲劳度、竞争对手的实力和当地可利用的广告媒体种类，以及每种广告资源的特点、行情、价位和各种剩余医疗广告资源等，

2、了解竞争对手的操作模式

调研内容包括：竞争对手的广告投放力度，媒体组合营销的全面性和市场终端营销的薄弱环节

3、了解竞争对手目前营业状况；

调研内容包括：门诊挂号量、门诊治疗量、门诊输液量等各组参数来判断竞争对手所处的市场环境，为下一步制定和调整媒体企划战略方案提供参考数据。

二：企划定位

1、市场定位

对当地医疗市场的饱和度、媒体的疲劳度、媒体的可信度、医疗广告的敏感度、患者对民营医院的信任度等进行定位衡量，评估该地区医疗市场是否适合投资。

2、广告投资力度定位

根据市场定位和企业级别定位，确定启动该地区医疗市场每月所需要的广告资金和投资力度。

3、文案写作和广告后期制作定位

根据企业定位，确定文案写作的方向（包括：形象广告台词、医院实力广告台词、技术广告台词、医疗促销广告台词、医疗保障广告台词和各种综合化广告台词等）和各种媒体广告后期制作档次与质量。

4、媒体组合营销定位

1）各种媒体“多元化投放”的侧重点定位；

2）各种媒体“立体化投放”的侧重点定位；

3）各种媒体“时段组合”定位；

管理方面：

一、了解新医疗集团公司的企业文化：

1、下属医院管理文化；包括：下属医院的组织结构框架、企业诊疗框架、人力资源管理制度、医疗工作制度和各部门主管的领导艺术等。

2、下属医院品牌文化；包括：市场调研、企划定位、固定品牌推广模式和市场终端销营的操作方式等。

3、下属医院经营文化；包括：经营的主导思想、预期达到的标准、开展经营工作的方法、步骤以及相关技巧。

4、下属医院财务管理文化；包括：财务集团公司垂直管理与下属医院综合管理的一般特点。

5、下属医院后勤保障文化；包括：后勤医疗保障物质的采购、储存、陪送和监管等机制，以及员工生活保障的基本模式等。

二、根据公司企业文化，拟订下属医院的结构框架：

1：拟订下属医院组织结构一般框架；

1）医院分成：决策层、执行层、基层等三个等级。

2）根据医院投资规模，科学整合：企划、经营、医务、后勤、财务、人力资源等执行层各个部门。

3）按企业战略规划和医疗工作制度，科学成立基层各部门。

2：拟订下属医院的企业诊疗框架；（通过定位来完成）

1）医院的级别定位

根据投资资金、医院占地面积、医院的装修程度等，对所经营的

医院按：星级医院、常规医院和社区医院（门诊）等进行科学定位。

2）诊疗布局定位

对医院内部的导诊台、挂号室、收费室、药房、诊室、检验部门、治疗部门、手术室、住院部、输液室、候诊室等各部门按医院的级别定位进行合理的布局。

3）诊疗人群定位

根据医院的级别定位，对社会不同消费层次的人群和相对特殊的社会群体进行合理的诊疗定位。

4）诊疗项目定位

根据医院级别和诊疗人群定位，科学引进不同档次的诊疗设备、药品品种、科学制定高端治疗方案3、对医院和拟订各种收费项目。

5）诊疗价格定位

根据诊疗人群定位，对诊疗不同级别的社会群体，制定不同档次的治疗方案和价格体系，并对门诊平均处方量进行正确引导。

6）医疗服务定位

根据医院级别和诊疗人群定位，对不同档次的社会群体制定不同质量的医疗服务体系。

所有岗位的人员进行战略性配备

1）下属医院设立总经理负责制；

2）对整合后的职能部门分别设立主管和配备专业人员。

3）根据医院企业定位对基层人员进行合理配备。

**医院企划总监工作计划19**

医院企划个人简历模板

医院企划应聘者最好用第三人称写你的个人简历，不要在个人简历中出现“我”的字样。

个人信息

yjbys

性 别： 女

民 族： 汉族 出生年月： 1990年7月17日

婚姻状况： 未婚

身 高： 158cm 体 重： 47kg

户 籍： 福建莆田 现所在地： 福建莆田城厢区

毕业学校： 泉州轻工学院 学 历： 专科

专业名称： 轻工/粮食/食品类 服装设计 毕业年份：

工作经验： 一年以内 最高职称：

求职意向

职位性质： 全 职

职位类别： 广告/文案/策划

职位名称： 美工 ;

工作地区： 福建-莆田市区,福建-莆田城厢区,福建-莆田市区 ;

待遇要求： 3000-4000元/月 需要提供住房

到职时间： 一个月内

教育培训

教育背景：

时间 所在学校 学历

9月 - 209月 泉州轻工学院 专科

工作经历

**医院企划总监工作计划20**

健康是人人应当享有的基本权利，是社会进步的潜在 动力。一直以来医疗卫生服务机构是健康教育与健康促进的重要场所。开展健康教育讲座是提高全镇人民的健康知晓率，健康行为形成率及疾病知识认知率的重要措施。为提高健康文明素质、提高全镇人民生活质量，增加辖区居民的防病意识，特制订本年度健康教育讲座工作计划。

通过健康教育讲座活动，提高全镇人民群众的卫生知识水平、健康意识，促进社会对健康的广泛认识。推动基本公共卫生服务，创造有利于健康的生活条件，已达到和提高全镇人民群众的健康水平和生活质量。

充分发挥卫生院健康教育领导小组的作用。广泛

动员专业人员、乡村两级医疗卫生服务有关人员参与。每年制订并下达健康教育讲座工作计划。制订相

应计划组织和具体实施，定期组织健康教育人员培训，齐抓共管，创建一个有益于健康讲座的环境。为健康教育讲座投入人力、物力、财力。

对全辖区人员开展每年十二次健康教育知识讲座

以高血压、糖尿病、传染病为开展重点。提高重点人群

的健康知识知晓率，健康行为形成率，及相关知识认知率。

四、 组织者、活动主题、责任分工及时间安排

云顶卫生院健康教育小组全体人员

组 长：高伟东 主要负责讲座地点的联系、人员组织、活动的制订

副组长： 王雪峰 主要负责讲座题目及教案的制订 组 员： 刘 丽 主要负责影像设备的安装、调试及影像资料的留存

授课教师： 相关专业人员

一月份： 青少年健康知识讲座

二月份： 结核病的防治

三月份： 健康公民素养

四月份： 健康生活方式讲座

五月份： 吸烟有害健康专题讲座

六月份： 心脑血管疾病的防治知识讲座

七月份： 夏季肠道传染病的防治

八月份： 老年人健康知识讲座（一）老年人饮食 九月份： 老年人健康知识讲座（二）老年人日常保健

十月份： 高血压的防治讲座

十一月份： 糖尿病的防治讲座

十二月份: 艾滋病的防治讲座。

要求全年健康教育讲座12期，要周密组织，节约开支、讲座新颖、语言精练、通俗易懂、言简意赅。是辖区居民充分了解知晓健康防病技能，掌握健康行为的形成等知识。

医院健康教育室 中小学教室

宣传条幅 影音设备 照相机

1.提高认识，加强领导。健康教育讲座是低投入 ，高产出，高效率的服务手段，是控制医疗经费，拉动保健需求的根本措施。主管领导高度重视，将其纳入工作重要日程。确保有专人负责，有工作经费，规范的工作制度和档案

2. 抓好培训。要建立一支热心健康教育工作、掌握健康教育基本知识和技能的骨干队伍。充分发挥小组成员的积极性，定期开展业务培训学习，提高健康教育讲座的工作能力。推动健康教育讲座全面开展。

3.利用医院资源、推进健康教育。要建立固定的健康教育讲座阵地。开展经常性的健康教育讲座活动。在抓落实上下功夫，在以点带面上下功夫，加强检查指导，扩大受益面，增强吸引力，提高有效性、针对性。

4. 做好评估、重视质量。要针对医院存在的主要问题及其影响因素，制订切实可行的工作计划，通过健康教育讲座提高全镇居民的健康知识知晓率和健康行为形成率，疾病相关知识认知率。

每年定期组织人员随各村卫生室的健康教育讲座工作进行指导。做好健康教育讲座资料留存。通过健康知识知晓率、健康行为形成率及相关知识知晓率的测试，对健康教育工作进行评价与总结。

**医院企划总监工作计划21**

健康是人人应当享有的基本权利，是社会进步的重要标志和潜在的动力。“健康是人全面发展的基础，关系千家万户幸福。”这是十八大报告中有关健康的表述，也是第一次从党的指导纲领中明确健康的地位。它反映了党和政府把保护和促进人们的健康作为重要的民生工程来抓，同时也反映出，人们的健康幸福不但是社会进步、经济发展的最终目标，也是社会进步和经济发展的重要条件。一直以来，医院是健康教育与健康促进的重要场所。健康教育是精神文明创建工作的一项重要内容，不仅关系到广大职工的身体健康，也关系到各项工作的正常开展。为了不断提高职工的健康意识，养成文明的生活、科学饮食习惯，不断提高健康水平和生活质量，根据上级主管部门的要求和我院的实际情况，现制定20xx年医院健康促进工作计划如下。

（一）在主管院长的领导下，发挥健康促进委员会的作用，落实各项健康政策，加大管理力度，通过各职能部门的积极配合，动员全院职工积极参与，在全院上下努力营造一个促进健康的良好环境，使广大职工及就诊、住院病人不断增加健康知识，掌握的健康的技能，建立有益于健康的生活方式。

（二）制定20xx年10月到20xx年医院健康促进工作规划；把落实《中国公民健康素养》及医务人员控烟为重点，结合公共卫生的大环境、关注健康与食品安全等方面的热点话题，掌握传染病的流行防控动态，明确健康教育健康促进工作的重点任务。

（四）依托工会开展文娱、体育活动，推动职工参与体育锻炼的自觉性，通过健康讲座提高职工健康知识和健康意识，促进健康干预活动的开展。

（五）积极参与社区健康促进工作，传播健康知识，普及预防疾病知识，构建和谐社区，做到人人重视健康，人人讲健康，人人都有健康的体魄。

（六）制定健康教育经费的使用计划，争取院领导对健康教育健康促进工作的支持，落实必要的健康教育活动经费。

（一）日常工作

1、保证健康教育健康促进工作每季度有计划，有小结，有条有理工作规范。

2、做好年初健康教育宣传员的调整工作，做到院、科

3、依据《北京市健康促进医院工作考核标准》、《东城区20xx年健康教育与健康促进工作要点》进一步完善院内门诊、病区健康促进考核标准，将健康促进工作纳入医疗管理规划中，加强医疗部门及行政管

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！