

# 2023年医院进社区方案(优秀5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以上就是小编为大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 医院进社区方案篇一

在当地有一定的知名度和美誉度，主打科室是内科、外科、皮肤科。妇科相对而言处于弱势，比二甲医院的妇科优势在主治医师和设备上。

策划目的：

“三八”妇女节，历来是各家医院的阵地战，营销手法也层出不穷，主题活动集中在捐赠、义诊、妇科检查、治疗优惠这四个方面，也就是促销活动，但是现在各家医院都是这样做，一来没什么创意，二来，对消费者来说没什么大的吸引力，如何在目前竞争日趋激烈的境况下，作出创新？我想，应该用异业整合的方式去运作提升医院的品牌价值和内涵，扩大医院在当地的社会影响力，提高医院在女性消费群体中的知名度和美誉度。

健康女人幸福长伴

主办单位□xx市妇联□xx市卫生局

承办单位□xx医院

协办单位:xx保险公司xx银行xx学校

媒体宣传单位：《瑞丽》杂志《人人健康》杂志xx晚报xx报纸健康资讯周刊xx市级电视台xx省级电视台xx省级移动电视台。

2、3月7日是女生节，借这个时机通过校园pr活动，把潜在女性消费者培养为后备消费者，因为医院经营周期相当长，要抢先提前培训3年xx5年后的女性消费群体的医院品牌意识，并由此挖掘学校老师这个消费群体。

5、3.8是妇女节，在这个节日当中，作为男性来说，多多少少会有不平衡，而且，在此时，很少有媒体或者单位对男性进行关注和关怀。那么针对这种现象，医院推出和谐家庭卡通过3月8日来我院就诊的女士的手，将这个卡送达到其与她关系不错的男性手中，在随后的周六或周日，进行男性关爱专场活动。

第一阶段：导入期2月15日xx3月8日

结合我院为综合性医院的性质，加之三八妇女节的特点，在“以我为主，借市造势”的前提下，借助媒体的社会影响力对项目进行充分的形象塑造和环境包装，而我院将在活动进行的同时融入相应的促销活动，同时并借活动本身进行的宣传炒作，将医院的实力、服务特色、专家设备等进行宣传，利用新闻炒作和自身夹报炒作，造势驱动活动顺利开展。

宣传目标：节日促销活动前的新闻铺垫和市场预热，全力塑造物业形象，引发目标受众关注，造市并营造好现场气氛。

宣传策略：

2、在当地主流大众平面媒体进行相关软文的'投放，辅以少量的硬性广告

第二阶段：升温期2月25日xx3月5日

医院这个项目，运营周期长，且带有明显的区域特征。三八妇女节这个活动是短期行为，要确立“速战速决”的指导思想，三八节一过，谁还拿妇女节做文章？同时，医院也有自身的业务，不能让三八节活动拖累。但对整个医院来说，要有着打持久战的准备。根据市场升温这一时期的特点，着手建立强有力的推广活动。

阶段目标：在第一时间，抢占市场占有率。

营销策略：

宣传策略：以报纸、电视广告为主，事件行销为辅，提供更多便利优惠就医条件针对主要卖点做纯导医式广告，与现场活动有力配合，同时发挥软性文章与新闻炒作的感性诉求配合宣传，达到就医热潮之目的。

sp活动：

1、与当地银行联手，三八节期间，凡是合作单位银行卡女性用户，来我院就诊时，如遇所带诊金不够，那么可以进行分期付款针对合作单位女性职工，以团体妇科健康检查方式，对其进行优惠互利。

第三阶段：主推期3月6日xx3月8日

阶段目标：提升形象，强调服务

阶段目的：通过前两阶段的销售反馈总结经验，做出各方面的快速调整，包括价格、付款办法、促销手法、宣传包装等，务求可以更切合市场需求，此阶段的宣传速度可以适时放缓，承接第一阶段所建立的声誉逐步达到阶段目标。

营销策略：

宣传方式：以报纸广告为主，以形象广告、证言方式、卖点广告、催促式广告形成投放促销广告，同时配合短程促销活动，解决实际中存在的问题与矛盾。

sp活动：

1、3月7日女生健康校园行活动

活动主题：关爱女生健康，共享幸福人生

2)在3月7日、8日抽调医院妇科医师、保健师在合作学校内进行健康科普宣传、女性健康专题讲座，并现场对女生发放优惠卡活动。

## 医院进社区方案篇二

芜湖市口腔医院是我市新建的公立口腔专科医院。医院的办院宗旨是：坚持以品牌为导向，创新优质的服务理念，强化规范的执业行为，营造良好的就医环境，努力发掘口腔专科特色，以更专业化的口腔医疗服务，满足广大群众医疗需求，努力在三至五年内，办成在皖江区域具有一定影响力的口腔专科医院。

一，医院形象策划的目的和意义

办成一个长期稳定发展的口腔医院，必须在办院理念和发展目标上，实行全方位理念整合，对医院实行全新的形象策划，力求在管理上更有理性和长效管理，在经营上更具有特色和系统性，促进干部职工在理念和责任意识上形成共识，同舟共济，形成具有特色的单位形象，获得广大市民的认同和信任。

## 二，口腔医院形象策划的初步框架设想

医院形象策划即医院cis□包括理念识别系统、行为识别系统、视觉识别系统三个方面。它是指医院明确清晰的文化理念，并转化为被社会和职工感知和认同的视觉识别和行为规范，以凸显医院的个性和精神，增强医院凝聚力和竞争力。

理念识别系统——理念是单位的灵魂和活力源泉。医院理念识别系统是为体现医院个性特征、保持医院运作和发展而构建的价值体系，对职工起到导向、凝聚、激励和规范作用，对社会展示医院品牌形象和精神风采。主要包括：

- 1，征集推广医院的院训、方针、口号、服务宗旨、发展目标等；
- 2，制定职工奖惩条例，健全完善分配原则等；
- 3，健全职工绩效考评、医德医风考评、质量安全考核机制等

行为识别系统——通过动态的因素传达医院的理念、塑造医院的形象，具有导向性和规范性，它对内是建立完善的组织制度、管理规范 and 员工行为规范；对外则是通过医疗服务行为和社会公益活动等方式，来体现医院的价值观和整体品牌形象。主要包括：

- 1，健全院科两级目标管理责任制和各项管理制度；
- 2，制定医院医疗服务和从业行为规范、医院职工守则；
- 3，职工教育培训目标计划和人才培养规划；
- 4，开展患者满意度调查和意见征询；
- 5，开展义诊、医疗咨询、社会公益活动 and 营销宣传等。

视觉识别系统——医院视觉识别系统是透过视觉传达医院良好形象，具有理性并令人印象深刻。它是塑造医院品牌形象的最佳方法，可以有效地提高单位的知名度和魅力。主要视觉载体包括：医院建筑外观环境、各类标识、标牌、广告牌以及医院办公用品、医疗用品、交通工具等等。主要包括：

- 1， 确定统一的医院专用字体和标准色
- 2， 设计符合口腔医院特色的院徽、院标，征集医院口号、标语、广告语并加以推广
- 3， 设计医院建筑外观环境形象标识
- 4， 设计形状、色彩等别具一格的医院及各科室、各功能区域等标识、标牌，办公、印刷、包装用品的标识、标记等
- 5， 制作各种宣传单（册）、展板、宣传栏、院报、简报等

形象策划是医院整体经营管理的过程，需要不断根据实践加以改进、完善和提高。同时应注重有计划地推广，使社会产生稳定的视觉印象，以强化医院的品牌形象。

建议：

- 1， 结合口腔医院创建进度和要求，研究确定实施方案
- 2， 落实负责机构和人员，明确实施项目、时间，做好单项实施计划以及经费预算
- 3， 发挥职工的参与积极性，形成共识才能取得应有效果

201x年8月5日附医院vi系统应用要素设计：

- 1， 医院建筑外观设计：外貌造型、色彩、大标牌；

4, 医院工作人员服装设计: 医生服装、护士服装、后勤人员服装、管理人员服装;

6, 医院宣传阵地: 室内外宣传栏、陈列室、院报、简报等。

附表: 综合性医院标识导向分级原理图

## 医院进社区方案篇三

为推进医药卫生体制改革, 进一步提高乡镇卫生院的管理水平和业务能力, 充分调动基层医疗卫生人员的积极性, 促进全县农村卫生及食品药品安全监管事业的协调快速健康发展, 确保xx年度各项工作目标任务的实现, 结合我县实际制定本方案。

以xx重要思想和科学发展观为指导, 按照构建社会主义和谐社会和建设社会主义新农村的要求, 充分发挥乡镇卫生院、社区卫生服务中心的基本医疗服务和公共卫生服务等综合职能, 不断提高人民群众的健康水平和生活质量, 客观全面地评价考核各乡镇卫生院、社区卫生服务中心的工作。通过考核, 表彰先进、鞭策后进, 充分调动基层医疗卫生工作者的积极性, 确保我县卫生和食品药品监管工作各项既定目标的圆满完成。

坚持科学发展、突出重点、客观公正、群众公认的原则, 立足全县农村卫生工作实际, 注重社会效益, 重点考核工作实绩, 做到综合考核与单项考核结合, 集中考核与平时考核结合, 阶段性考核与经常性考核结合, 点上考核与面上考核结合, 建立全方位、多角度、多层次的考核机制, 力争更加客观全面地评价各乡镇卫生院、社区卫生服务中心的工作。

### (一) 考核方式

1. 考核组听取各乡镇卫生院、社区卫生服务中心xx年度的工

作开展情况汇报；

2. 查看相关工作资料；
3. 考核组反馈考核意见。

## （二）考核内容

乡镇卫生院、社区卫生服务中心工作目标综合考核，具体内容如下：

（1）综合管理（包括行政管理、环境建设、信息工作、安全工作，由县局办公室会同考核组考核）

（2）疾病预防控制（由县疾控中心、艾防中心提供考核结果，考核组审定）

（3）基本公共卫生服务项目（由公卫办会同考核组考核）

（4）妇幼卫生（由县妇幼保健院提供考核结果，考核组审定）

（5）卫生监督（由县卫生监督所提供考核结果，考核组审定）

（6）财务管理（由县局规划财务股提供考核结果，考核组审定）

（7）新型农村合作医疗（由县合医办提供考核结果，考核组审定）

（8）食品药品安全（考核组考核）。

乡镇卫生院、社区卫生服务中心考核工作由县卫生和食品药品监督管理局工作目标考核领导小组负责组织实施，有关单位和股室配合，及时将考核相关资料报考核领导小组。



年度考核结果将作为考核评价各乡镇卫生院、社区卫生服务中心领导班子政绩和干部使用的重要依据，通过综合考核评定后，兑现奖惩，考核结果运用如下：

1. 综合奖。综合考核总分排列前六名的乡镇卫生院、社区卫生服务中心为工作目标考核一等奖，总得分第七至十二名的乡镇卫生院、社区卫生服务中心为工作目标考核二等奖，总得分第十三至十九名的乡镇卫生院、社区卫生服务中心为工作目标考核三等奖，获得一、二、三等奖的单位分别给予相应的物质及精神奖励。
2. 进步奖。考核结果较上年前进三个以上名次的乡镇卫生院、社区卫生服务中心，为工作目标考核进步奖，给予相应的物质及精神奖励。
3. 考核总得分列后三名的乡镇卫生院、社区卫生服务中心，其主要负责人不得评为先进工作者，参加年度考核时不得评为“优秀”等次。
4. 年度内有以下情形的乡镇卫生院、社区卫生服务中心，实行一票否决、取消表彰资格，对单位主要负责人给予相应组织处理：
  - (1) 工作受到县级以上通报批评的。
  - (2) 发生两件及以上医疗事故或发生一级医疗事故的。
  - (3) 在重大公共卫生事件中因工作失误、不作为，造成传染病爆发流行或其他严重后果的。
  - (4) 发生两件及以上安全事故或发生重大、特大安全事故的。

# 医院进社区方案篇四

## 一、活动背景：

社区是一个城市的人口组成部分，在社区进行推广可以直接与消费者面对面进行亲情沟通与服务，能给予消费者最大的信赖度，对品牌的推广有着最佳的效果。尤其是医院作为服务性行业，绝不能以过去那种高高在上的姿态去经营，等着排队的病友上门，现在市场竞争激烈，必须从社区，从最基层的地方做好一切服务性工作，让消费者信赖我们、认同我们，让他们知道有了口腔上的疾病直接去杭州口腔医院治疗。

目标社区分析：天诚社区位于天诚路与秋涛路交接处，该社区是属于闸口社区侧翼地段，周围有濮家新村、机神新村等社区，由于该社区人员结构相对稳定，外来人员流动量不大，所以可以初步判断其他年份青少年人群数量于以上数据接近。

鉴于以上数据显示本社区属于杭城典型老的原住居民社区，所以本次活动应以追求社会效应最大化为主，培养潜在消费人群为辅。通过社区义诊活动咨询来巩固杭州口腔医院在市民心目中的地位，实现品牌横向拉动。

## 二、活动方式：

活动主题：\_\_\_\_\_孕妇口腔保健\_\_\_\_\_

活动时间：××××

活动地点：天诚社区活动中心/天诚社区2楼会议室

活动目标：

1、进一步提升杭州口腔医院在杭州市区的品牌形象，树立尖端临床医院不可动摇的'地位。为将来的医院扩张奠定基础，

开拓新的发展模式。

2、由于本次活动涉及社区特殊性所以本次活动以追求社会宣传效益为主要目标。

3、根据医院目前的定位，制定适当的宣传方针，实现最小的宣传费消耗，产生最大的经济价值和社会价值。

### 三、活动内容：

本次活动已医师义诊与专家讲座相结合，活动亮点以“孕妇口腔保健”健康教育。及青少年牙科牙病保健预防为切入点进行宣传。

#### 1、活动人员、设备：

室内讲课音响设备联系社区提供

专家1—2名咨询医师1—3名

护士、现场工作人员若干

#### 2、现场布置：

现场悬挂活动主题横幅

制作活动背景墙、现场医疗咨询区布置

活动宣传展板布置（病历宣传样板、健康教育样板）

形象宣传品（画册□x展架、现场pop等）

#### 3、活动进程：

a□室外阶段：9：00 - 11：00咨询医生及护士按时到位，活动

展开。

以医师义诊咨询为主同时结合预防保健科的社区讲座进行宣传。同时赠送纪念品

b□室内阶段：下午3：00 - 5：00

为了解决广大妊娠期妇女的口腔问题，保证她们的健康和胎儿的正常发育，医院此次提供“健康专家送上门”服务，派遣省内著名专家于天诚社区进行“孕妇口腔保健”健康教育。（通过专业知识的介绍，倡导爱护牙齿从孕妇做起的健康理念。告知公众特别是妊娠期妇女，妊娠期的口腔保健不仅关系到孕妇自身的健康，还影响到胎儿的健康和发育，是影响一个民族新一代身体健康和口腔健康的大问题，所以爱护牙齿应从孕妇做起。）

#### 四、活动炒作：

##### 1、前期炒作：

提前一周平面媒体活动广告和新闻

提前一周进行电台节目的宣传

提前一周进行网络宣传（杭州网首页新闻）

##### 2、后期炒作：

电台的全程直播

电视台新闻报道

平面报纸活动报道和新闻

#### 五、活动靓点：

## 1 “微笑天使” 活动推广大使

时间：活动前一周晚19：00—20：30

地点：杭州各大代表社区

说明：作为活动前期推广的强力辅助手段，医疗宣传人员深入社区，进行面对面的活动宣传

## 2赠送100份青少年口腔健康体检卡（新闻抄作主题）

时间：活动前一周与“微笑天使”同期进行

地点：杭州各大代表社区

说明：我院制作青少年口腔健康体检卡凭卡可免费来我院进行健康体检3次，就诊可免挂号费（不含专家门诊）

## 3成立“杭州市青少年牙科牙病预防诊疗中心”

时间：\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_

地点：杭州口腔医院（庆春路分院）

说明：建立我院长久发展体系，加强与杭州各大医院及其他医疗机构的联系，进一步引导患者来我院就医。

活动费用预算（略）

## 医院进社区方案篇五

### 一、活动方案：

1. 活动时间：2005年7月15日—25日

2. 活动地点：大街小巷

3. 活动内容：由国内著名的专家为百姓义诊、治疗

4. 活动意义：向社会宣传“无私奉献，取之于民，用之于民”的意义，医院义诊活动方案。

5. 宣传内容：由国内最著名的医学专家为广大百姓免费义务诊治。

6. 宣传重点：

每周一次。以此来吸引百姓前来接受医治。

行大批量的图片、文字宣传。

国医康德公益活动的社会意义和公益意义在原有的基础上更加肯定、更加支持。

7. 医疗专家联络：2005年7月15日进行义诊的医学专家在义诊前完成联络确认工作，规划方案《医院义诊活动方案》。

和医院，由活动组委会下属的公关部、外联部进行联系、公关，2004年8月10日完成该工作。相关配备：

(1) 车辆：中型客车4辆，小型轿车8辆；

(2) 服务员：护士20名

活动logo□吉祥物若干，海报60张，宣传手册若干；

(4) 桌椅：办公桌60张□1.2mx0.8m□□座椅180把，等候座椅400把；

(5) 散品：纸、笔、本若干，指示牌8个，花篮60个；

(6) 矿泉水：20箱

10. 支持媒体：区里的电台、电视台、平面媒体、网络媒体。

以邮寄的方式向申请人无偿发放食、宿、路等费用。