

# 健康体检中心营销模式与营销策略分析

马 静

(黑龙江科技大学,黑龙江 哈尔滨 150022)

**摘要:**随着中国经济社会的发展和公众健康意识的提高,人们越来越认识到体检对健康的重要性。作为卫生行业的一个热点,以咨询、体检、健康评估和卫生干预为重点的医疗检查有所发展,竞争日益激烈。为了把握这个广阔的市场,满足人民的需要,利用营销服务的概念来管理现代保健中心,使看不见的保健服务可见,遵守营销规则,系统地发展企业,提高经济和社会效益,这一点变得越来越重要。

**关键词:**健康体检中心;营销模式;营销策略

**【DOI】**10.12231/j.issn.1000-8772.2021.25.083

## 引言

健康体检是预防慢性疾病管理的重要手段,近些年来人们生活质量的提高促使人们对健康需求日益增长,提高健康教育和体检质量是健康管理的重要组成部分。健康管理的服务人群、模式、健康干预方式和追踪随访等和临床管理治疗存在一定的差异,所以需要根据实际情况制定科学、合理的质量控制管理模式。

### 1 合理的、个性的、具有竞争力的体检产品

综合体检中心往往由大型综合医院管理,综合医疗、教育、预防和保健,先进的医疗设备在该区域具有前所未有的竞争优势。医疗中心必须充分利用医院的品牌、人才、技术和服务,以展示它们的吸引力和市场竞争力。确立以服务为导向的发展概念,克服传统思维方式;树立体检品牌理念,充分发挥品牌优势,有效管理到位,服务到位。

### 2 注重前导的服务意识,提升产品附加值

**2.1 提高医护人员专业素质:**在进行正式体检工作前,医护人员需要对体检工作进行详细的了解,对精细化管理的内容、步骤等进行全面的了解。同时医护人员需要树立“以体检者为中心”的理念,在接待体检者时,需要保持热心、耐心、举止文明且端庄,需要对工作保持认真的态度。并且医护人员还需要具有随机应变的意识及专业的护理沟通能力,例如在遇到年龄较大且血管条件较差人群进行静脉采血时,则需要提前告知其静脉采血的意义,并且操作时尽量减少穿刺次数,提高一次性穿刺成功率,从而减少体检者不适感。

**2.2 创造舒适的体检等待环境:**在体检人数较多,体检项目较多情况下,体检者需要在进行下一体检项目前等待较长的时间,就此情况,医护人员可按照体检项目排队人数进行分流处理,体检完此项目后将体检者分配到就近人数最少的体检项目中,从而节约体检者排队等待的时间。对于体检门诊的环境优化,可从植物摆放、张贴告示栏入手,同时在等待区域内设置饮水装置与椅子,为体检者提供便利。同时在显示屏上循环播放体检工作的具体流程及各科室所在的位置,利于节约体检者等待时间及寻找科室的时间,减少体检者对体检中心产生的陌生感。此外,为确保体检中心环境安全性,需要按时地对室内环境、地面及墙面进行打扫及消毒,从而降低感染风险性。

**2.3 体检前健康教育:**在接到预约时,医护人员可按照体检者的年龄、职业、身体情况等特点制定针对性的个性化体检方案。同时在体检前与体检者进行电话联系,对体检者进行详细的体检方案介绍,告知体检者在体检前3d需要尽量减少剧烈运动,并且保持良好的作息习惯,同时减少服用对体检存在影响的药物,禁止吸烟、喝酒等不良行为,并且在体检前1d需要告知体检者忌食辛辣、刺激性强

的食物。在体检当天清晨保持空腹状态,从而确保血液标本的有效性。

### 3 深化客户管理

#### 3.1 正确进行客户分类

积极管理客户,正确分类客户。按客户来源对非集体客户和集体客户进行分类;根据客户在 hospital 的时间顺序,分为原客户、控制客户和替代客户;根据客户人口水平,分为普通客户、公务员客户、VIP 客户。创建一个客户数据库,以简化客户组合,并为具有不同需求和消费水平的客户采用不同的管理和服务策略。

#### 3.2 制定一整套服务

全面管理卫生诊断和治疗的各个方面和内容,建立良好的服务平台,包括医院、医疗队、其他卫生组织网络、服务和管理系统、标准化系统等。健康管理服务过程,包括咨询、指导、评估和干预、诊断和康复、以及从健康咨询、健康维护到咨询和治疗管理服务的全面服务计划。

#### 3.3 及时采取保健干预措施

对体检结果中出现的风险和潜在风险迅速作出反应。通过电话回访进行健康教育,使有关人员能够及时收到健康干预信息,提高健康意识,摒弃不健康的生活方式。通过保健干预措施和保健促进服务,保健管理服务的内容不断得到改善。

### 4 加强营销管理,建立品牌效应

在强调医院综合品牌建设的同时,还应重视医疗检查中心品牌建设,医疗检查中心工作人员应加强医疗检查中心品牌建设,以医院综合品牌有效推广医疗检查中心,创造品牌优势传播部门必须加强对营销人员的培训,补充必要的基本知识,利用各种有效的传播手段有效宣传保健中心,提高医院保健中心的知名度,并发挥领导作用。

### 5 体检中护理

运用医院智能导检系统展开体检工作,首先体检者在导诊台进行扫码,导检工作站按照各体检项目排队人数,通过“AI 导检算法”合理安排体检者完成各项体检项目;当体检者在检查室外等待时,显示屏可循环地显示体检排队人数信息,并且通过语音播报进行叫号;在一个体检项目完成后,工作站会直接安排体检者进行下一个体检项目,引导体检者去往下一个科室;若体检者被安排到收表处时,则说明所有体检工作完成。对于年龄较大且行动不便的体检者,则需要告知家属陪伴整个体检过程,告知体检者在体检时的重要注意事项,包括采血后需要用手压住穿刺点 3-5min,在采血完成后可吃早餐等;同时医护人员还需在体检者进行体检期间为其介绍每个体检项目的重要性以及体检对重大疾病预防的积极性;针对在体检

过程中出现疑问、遇到困难等情况的体检者,医护人员需要耐心地聆听其主诉,并且仔细地为其解答,从而减轻体检者在体检过程中产生的负面情绪。针对由于自身因素出现晕血情况的体检者,则需及时地停止体检项目,将体检人员护送到空旷区域内,并且给予其温水口服,解开上衣领口,同时观察其身体缓解情况。维护体检群体的秩序,并且需要关注对体检者的隐私保护。

### 6 完善体检后服务

每位体检报告是针对每位体检者的具体情况进行分析,根据体检结果制定针对性的生活管理,在报告中会提醒体检者改正不良习惯,若需要尽早治疗,则会亲自或以电话等方式进行通知,从而提醒体检者尽快治疗。在体检者做完各项体检项目后,填写好电话、邮箱等联系方式便于体检者领取报告,对于老年人,需要留下备用号码便于通知。同时,健康体检中心提供多种领取报告的方式,自取、扫描或者邮寄等,方便受检者。

### 7 专业的营销队伍

医疗营销是实际市场发展带来的就业,市场上有营销作为营销专家,他们必须首先了解和掌握自己的体检产品,包括包组合、每次体检的目的和意义、类似体检的利弊等。与此同时,我们要有较强的创业精神和工作热情,热爱宣传工作,有一定的社会关系和良好的表达和沟通能力,能够与对方建立良好的合作关系,维护医疗中心的利益和形象;能够准确了解、甚至创造和利用客户的需求,与潜在客户建立良好关系,了解客户的需求,设计互利交易,最大限度地满足客户的需求;可以把握好时机,迅速有效地向对方传达信息并建立健全的考核、教育和培训制度,加强专业知识,提高营销技能,并建立奖励制度,鼓励更多、更少和更好地工作,以降低成本和提高效率。

### 8 使设施配套化、先进化

8.1 医疗检查中心的检查设施和设备应特别设计;保健中心是专门和独立的服务机构,医院由于配备了先进的医疗设备和合格的专家,检查报告非常可靠,一旦医院诊断出疾病,就可以迅速治疗,因此一直赢得公众的信任客户难以享受舒适的医疗环境,没有特殊医疗设备,医生与医院病人共用设备,大大增加了交叉感染的风险。因此,为了促进医疗行业的健康发展和良好的品牌,医疗中心必须

8.2 体检项目科应陪同;在医疗检查中心建立完善的检查方案和服务,使接受检查的人能够获得直接的健康咨询、定期检查和检查后的健康管理。

8.3 设备和设施必须布置妥当,专业化;设备布局应考虑到体检过程的便利性,体检设备除了可与医院资源共享的大规模设备外,还应配备彩色超声波、超声波等其他设备。

8.4 注重建设灵活的环境;医疗中心的装修应温馨、和谐、体面,力求美观、舒适、清晰,使医生感觉方便快捷,不像病人,医生应在身心放松的状态下接受体检。

### 9 灵活、务实的促销手段

9.1 卫生教师协会举办免费卫生讲座,为企业、公共机构和组织举办免费卫生讲座,加强与这些主要目标群体的沟通和沟通,树立健康体检中心的良好形象。

9.2 作为社会组织的基本结构,社区在社会生活中发挥着越来越重要的作用,并且是医疗检查中心公共关系的一个重要目标。向当地居民提供保健咨询既有助于与目标客户建立密切关系,也有助于提高医院保健中心的社会形象,并有助于推广这些中心的产品。

9.3 公共医疗检查是促进某些公共利益群体,如下岗工人、妇

女、儿童公益检查工作模式等的重要手段。

### 10 严格档案管理,做好体检后管理及随访工作

健康管理中心采用先进的体检系统,为所有体检建立电子病历,并建立网络管理。医疗报告可以书面和电子形式提供给客户,并可在网上使用密码查阅,每个检查人员的检查结果、结论和医疗咨询方案都是保密和存档的。向有严重问题的人及时提供信息,并向有关部门和专家提供信息做好体检后的后续跟进工作,及时听取客户的反馈意见,不断完善工作。

### 结束语

作为新卫生行业的一个重要组成部分,健康检查有助于通过各种手段提高对健康检查中心的认识,而且,根据国家法律和条例以及社会各阶层的利益和关心,健康检查无疑将在这一新行业中发挥更大的作用随着社会的发展,保健日益被视为优先事项,保健和保健项目肯定会成为符合国家利益的巨大产业。加大广告宣传力度,加强市场影响力,同时不断壮大,打造医疗中心品牌趋同效应,是医疗检验行业发展的必由之路。

### 参考文献

- [1]徐先,熊春,胡柏,李新华.健康体检路径在体检中心优质护理服务中的应用[J].临床医药实践,2021,30(08):634-637.
- [2]居红飞,侯琳琳.健康管理一体化服务模式对医院体检中心的影响[J].办公室业务,2021(08):115+119.
- [3]徐浩鑫.健康体检中心规范化管理对策分析[J].中国市场,2020(34):127+155.
- [4]贾庚佩,倪华,唐晓芸,刘莉红,张丽华.健康体检中心营销模式与营销策略探讨[J].基层医学论坛,2016,20(04):530-532.
- [5]林伟锋,于海霞,陈盈盈.浅谈品牌营销在健康体检中的重要性[J].医疗装备,2014,27(08):40-41.
- [6]刘玉萍.健康体检中心服务质量与客户关系管理实证研究[D].西南交通大学,2014.
- [7]黄定贵,郑红雨.品牌营销策略在健康体检管理中的应用[J].大家健康(学术版),2014,8(02):393.
- [8]李娟,庞震苗.浅谈健康体检中心无形服务有形展示的应用[J].中国民族民间医药,2013,22(21):79-80.

作者简介:马静(1986.10-),女,汉族,籍贯:山东省济南市,硕士研究生,研究方向:市场营销。