

有关医院网络营销方案四篇（医院营销推广方案）

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/2dc2ec58e913dbd6e6022bab61038cd8.html>

范文网，为你加油喝彩！

有关医院网络营销方案四篇

篇一：医院网络营销方案（2454字）

随着互联网与生活越来越密切，很多人意识到了互联网可以给人带来财富，越来越多的企业开始重视网络营销，尤其现在有些医院的负责人，也了解到了网络营销可以给他们带来更多的患者，于是也开始找一些网络公司做网站优化、网络推广外包。

要做好医院网络营销工作，首先要分析患者的行为和需求，要站在患者的角度上思考，把网站做到患者可以在上面找到他们真正的需求，而不是凸显本医院的广告，广告太多了，患者会引起反感，这是其一。第二点是多讲述一下自己医院的成功案例，一定要详细，比如告诉患者曾经有一个病人到医院，来之前他有什么症状（一定要详细说明），经过治疗后，起到了什么效果，这些内容对医院宣传有很大效果。其次是定位推广的人群与地域性，选择好用户群体还有地域性我们才能更好的开展下一步推广工作。

一、SEM营销

SEO与百度竞价排名结合，目前医疗营销多数采用的最有效方法，SEO与竞价起到互补作用;配合其它部门做线下推广;发展用户群，可用以邮件营销，网络广告营销，短信营销，提高患者回头率;链接交换;频道合作;google adwords 广告投放。

网络营销最主要的方式就是搜索引擎营销。搜索引擎推广其实就是基于关键词搜索的目标客户推广，是目前最有效，针对性最强的网络营销方式，在搜索引擎推广方面的营销定位，最关键的是找到目标客户最容易使用的关键词，这样才能让客户找到你，使你的推广最有效果。民营医院在患者来源并不稳定的情况下，做好医疗行业的百度竞价就尤为重要了。

百度竞价首先得做好细节工作，这是影响推广好坏的直接因素。其次是做好跟踪，对比及记录，分析百度竞价在短时间收益的变化。做医疗行业的百度竞价，关键词首先是至关重要的，在关键词足够的前提下，就是患者就医转化率了，一个站的结构好坏直接影响到转化问题，用户能够快速找到需要信息的网站，患者就医转化率一定很高，这就要求在建站初期好好的规划网站，网站上线后丰富整站信息量。

二、网络广告投放

随着电脑的普及和上网热的兴起，网络广告已逐渐被业内人士所看重。与传统广告相比，网络广告具有其他广告媒体无法望其项背的优势。首先，它具有全球性和全天候特点。不论何时何地，只要患者能上网就能看到我们的网络广告，丝毫不受区域、时段和版面等的限制;其次是它的双向互动性。网络广告既可展示企业实力和产品功能，也可使访问者通过商务通与医院的客服直接沟通，同时医院还可观察统计访问情况以便做出相应调整;其三是有效率高。网络广告是主动点击访问，受众明确针对性强，因而它的效率比传统广告要高。

三、论坛软文广告

由于论坛具有一定的针对性，所以对论坛最好的推广方法就是登陆国内比较大论坛相应版块发布你的软文，在知道上也可以多发发，针对软文内容制造话题，产生互动，在互动里面导出医院，不要去发硬性广告，这样的广告适得其反，要懂得巧妙的运用软文营销。

四、博客推广

第一步：选择博客

我首先选择了新浪博客、百度博客、网易博客和雅虎博客等。新浪博客百度是见一个收录一个，而百度博客一旦收录权重很高！当然，如果人手够多的话，也可以将全中国的免费博客都注册一遍。

第二：群建博客

容易收录的权重比较高的博客并且可以在文章中使用锚链接的博客有（新浪，百度，和讯，博客大巴等等）当然还有很多不知名但是文章可以放链接的专业博客网站。每个科室设一个博客，把博客的友情链接都加上，有利于增加博客的权重！

第三：群建博客的细节

1，新注册的博客起初要有些原创文章，尽管写的很短。如果实在写不出原创，就从网上copy过来调换几个段落，或者几篇文章汇总在一起这样的文章。

2，要经常的去更新博客，起初要勤快一些至少两周的时间每天都有2篇以上的新文章出现。

3，建博之初要多加好友，多去留言增加回访问量。（这样有助于博客的收录）。

4，建博一周之内应向各大搜索引擎提交网站，大家可以再这个链接中找到。

5，博客内容一定要加上网站关键词的锚链接，现在我们做的策略是更多提高长尾关键词的排名，比如多做些（SEO，SEO路上，搜索引擎优化）。

群建医院博客的目的

1，提高医院的网络曝光度。

2，有效的打压网络的反面信息。

3，比较有效的外部链接建立的策略。

4，为网站带来部分流量。

五、电子邮件营销

对网站商务通的留言、网站咨询所留下来的用户邮件地址进行收集和整理，对留下邮件的用户进行节日慰问、手术治疗效果追踪、医院义诊通知等。

医院要根据用户选择针对性最强的目标，这样才能获得最大的转换效果。邮件营销最主要就是把握一个度的问题，它是一把双刃剑，用得好可以获得很好的营销效果，反之，有可能会不利于公司的形象。

六、SNS社区营销

SNS现在是家喻户晓的话题，从国外的myspace到国内的校内网与开心网，无不显示出这位哈佛大学心理学教授Stanley Milgram六度分割理论的魅力。六度分割理论的精髓是：“你和任何一个陌生人之间所间隔的人不会超过六个，也就是说，最多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人。”如何通过人与人之间的关系，建立起一种友好的营销通道。

在几个主流的热门的SNS网站全都注册，并且根据公司目标客户定位，大量添加上面的用户为好友，这样就有很多人知道你了。另外，现在很多SNS网站都有日志空间，可以在上面发软文，让自己的好友分享，这样很多人都关注你的文章，关注你的网站。最后，很多SNS网站都有圈子或者群组，经常在群组里活跃，经常发布有用的消息，也可以吸引大家的注意力。

七、微博营销

微博营销是刚刚推出的一个网络营销方式，因为随着微博的火热，既催生了有关的营销方式，就是微博营销。每一个人都可以在新浪，网易等等注册一个微博，然后利用更新自己的微型博客。可以每天的更新健康内容这样可以跟大家交流互动，或者发布大家所感兴趣的话题，这样就可以达到营销的目的，这样的方式就是新兴推出的微博营销。

在做网络推广时，不仅仅要吸引点击，给网站增加流量，更重要的是做营销宣传的推广。既然是做生意，一切必须以销售为最终目标，由于网络的特殊性，所以流量和营销必须一起推广才能事半功倍。

篇二：医院网络营销方案（2037字）

医院网络，它对医院品牌、医院营销来说将会越来越重要，谁不做淘汰谁，谁做的慢淘汰谁。与您一起分享医院网络营销。

做好医院网络营销的第一步

1. 资金投入——舍不得孩子套不了狼。高水平的医院网络营销人才(医院其它人才亦是如斯)，需要高标准的薪资制度，同时也要有甄别“假冒伪劣”人才的制度。核心人才需要制定长期的“双赢”薪金制度，达到将医院的发展愿景与人才的个人利益紧密相连的境界。

2. 感情投资——留人重在留心，你都对他不感兴趣，他为什么会对你感兴趣？
尊重人才，多与核心人才交流沟通，注重企业文化发展。

3. 人才评价——每季度或半年对人才进行考核，让医院上下的相关同事们都来说说，这位人才的优点与不足，最后形成报告，让人才心知肚明自己的长处与不足，让人才有压力也有动力去持续改善。

网络营销团队的打造俗语说：“三个臭皮匠，顶个诸葛亮。”刘伯温又说：
“万夫一力，天下无敌。”

可见个人的力量有限，团队才能产生更大的能量。如何打造高效的网络营销团队？

做好医院网络营销的第二步

1. 招募核心人物，团队先得有个带队的，高效的团队要求这个带队的必须是灵魂人物。他承上启下，指明工作方向，凝聚人心，承担责任。

2. 诉求共同利益，找寻共同思想团队不是靠命令靠打压才能高效运作。我们要给团队朋友说：“做好了月底大家分提成吃大餐，天灾人祸做差了我请大家吃顿便饭。”团队成员的“带头大哥”，但也是给老板打工，并不高人一等，关心团队每一个成员的利益并保护好是领头的职责所在。“二人同心，其利断金”——有了共同的利益，共同的思想，何患不成大事？

3. 最小高效 CS 团队——主管、技术、美工、策划写手、编辑。

1) 主管：统筹策划，数据分析，任务分解，工作指导培训，SEO,SEM,广告合作。

2) 技术：程序编写修改，SEO 优化，SEM 竞价管理。(问答，分类信息，调剂工作)

3) 美工：网站美工，专题美工，广告美工。(问答，分类信息调，调剂工作内容)

4) 策划写手：医院业务软文，专题策划，广告软文。(问答，分类信息，调剂工作)

5) 编辑：网站文章更新。(问答，分类信息，调剂工作)

做好医院网络营销的第三步

网站建设与广告合作(主管篇)

1. 网站策划与建设

1) 首页精细简单,不要杂乱,让访问者第一时间能找到自己的访问目标。

2) 各分类封面页文章内容详实,各栏目主题设计环环相扣直入业务话题,广告图片精美动人心弦(与业务不相干栏目直接砍掉，多做几个广告位)。

3) 每个重点疾病业务,按照专题页面高标准做封面设计(美工要到位)。

- 4) 每个疾病分类的封面页/列表页/文章页必须制定不同的 SEO 标题/关键词/ 描述。
- 5) 列表页图片广告一个主业务+当前分类业务图片广告。
- 6) 文章页主打业务广告主题，图片制作精良。
- 7) 文章页内部链接包括：热点文章、相关文章、推荐文章。
- 8) 文章页关键词链接自动指向该关键词站内搜索结果。
- 9) 业务专题广告页面设计：名人效应、成果效应、恐吓效应、共鸣效应、承诺效应、权威效应、从众效应。

2. 百度竞价(SEM)

- (1) 百度开户：百度开户小医院争取拿到返点。
- (2) 关键词选择：医院的主业务是什么?辅业务是什么?分别占了收入的多少比例，按照这个比例把百度账户里面的钱分出来。

主业务的主关键词选择：

- A、关键词(医院业务；如：激光祛斑)
- B、关键咨询词(业务咨询；如：光子嫩肤多少钱?)
- C、品牌词(业务品牌；如 308 准分子激光治疗)
- D、行业词(行业类别；如：西南最权威的男科专科医院)

关键词锁定：利用 Google AdWords 工具(百度指数以及登陆百度推广后台，工具选项里面的关键词推荐和价格估算工具，最后锁定哪些是需要左侧竞价推广的主关键词。

长尾关键词选择：百度推广后台关键词推荐、后期的站长统计的来路关键词

关键词质量度：关键词质量度影响左侧排名位置，一般关键词设置正确的质量度在 2，质量度升到 3 需要该关键词的点击量，可以在晚上挂相关软件点击。关键词质量度手册

关键词发布成功之后使用百度竞价助手管理。最近出了一款收费“竞价助手”软件，自动竞价左侧排名

数据分析，关键词策略调整：首次开户新网站，第一个月每天消费控制在 500 元以下，第二个月在 1000 元/天，第三个月在 1500/天。你会发现业绩不断提成，因为关键词质量度在起作用了。如果医院业务空间很大，投入可以递增。

3. 广告合作

- 1) 健康门户类
 - 2) 新闻门户类(带百度新闻接口，比如千龙网)
 - 3) 地方门户新闻、信息分类、社区论坛等
 - 4) 地方高校论坛
 - 5) 医院业务相关网站流量合作
- #### 4.网站 SEO 优化外包

每个医院情况不同，在没有招募到 SEO 优化能手的情况下，将网站 SEO 优化外包给专业的网络公司打理，不失为一个有效的营销手段。

5.网站群的搭建

每个医院有多个业务板块，一个板块策划一个网站，这是必须的。一个网站一天平均带来10个对话，10个网站就是 100 个对话。专而精的网站在SEO优化方面更加能得到排名靠前的体现。

6.数据分析

有效制定营销战略目标，给团队成员合理分工。

站长统计百度竞价推广商务通。

篇三：医院网络营销方案（1119字）

随着网络营销的兴起，医院也加入了这个队伍。随着社会的发展，国内兴起的规模庞大民营医院正发展火热同时也带动了医院网络营销的火热。而民营医院给中国医疗行业带来很多好的一面，当然也有不好的一些东西。所谓凡事都有利与弊，在众多的民营医院中，医院网络营销自然有规范经营的，也有不规范经营的医院。但我们应该理智的认识到更多的是带来好的一面，并且打破了公立医院在中国医疗行业一直以来的垄断局面，再也不是生病后只能去公立医院看病了，看个病胆战心惊，看医生的脸色，听医生奚落和难听的话，无休止的排队，拥挤、吵闹，让本来就痛苦的身体再次接受煎熬。

一、收费性的医院网络营销方式

1.百度、谷歌等搜索引擎的投放对医院网络营销是非常重要的一个捷径，但这个也绝对不是医院网络营销的永久之地来得容易去得也快。

2.门户网站和地方网站的广告位投放在医院网络营销中的作用争议性很大，在我对医院网络营销的实际推广工作中发现的是，这个渠道可以有较大作用也可以毫无用处，如何使用就成了这个渠道的关键所在。

3.第三方医疗行业网站合作方式对医院网络营销来说，是选择性的一个项目，在某些特定的这类

网站，特定期间的投放特定的一些项目有可能会有一定的效果。

4.委托第三方网络营销服务公司全权营销方式，根据本人在医院网络营销实际工作中的得到的分析，这种方式的可行性很“难”难在具体实施比自己架构一套网络营销体系还复杂，难在和这种合作难以持久等。

目前互联网上收费性的医院网络营销主要采用的方式无外乎就这些，在这些方式中根据各个医院的经营项目的特点不同，方式应该有不同的选择。就目前网络营销的现状来说，第1和2条内容相对是比较重要，而第3和4条内容，是很有争议性，我个人认为第3和4条长期来看对医院网络营销不但没有推动作用，反而会起到阻碍的作用。至于我为何这样理解，聪明的你可以去思考一下，我想你一定能想出答案。

二、免费性的医院网络营销方式

1.网站自身的优化，现在流行的一个词“SEO”，其实说白了如果做了收费的搜索引擎，SEO还有多少作用呢？这个大家也可以思考思考。特别是现在的百度，他们的过度的手工操作后，对免费收录的限制性等。

2.医院经营项目内容在网络上的出现频率和活动度。现在大部分医院都很关注百度知道、问问、博客等一系列的互动性的网络互动板块的活动。这些互动板块活动度对医院网络营销的贡献度有多少？是需要思考的，切忌埋头苦干，不知所措。网络推广的重点是内容，而内容的重点是思考，我们切忌不要看到别人说什么好就照搬，这样会把自己带入死胡同。

3.各种群发方式，这条内容也是目前争议较多的内容。关于群发的利、弊众说纷纭，从用户体验来说是弊大于利，从选择范围来说是利大于弊。个人最终结论是弊大于利。

篇四：医院网站营销运营方案（1929字）

一、目标优化页优化策略

1、文本优化策略

关键词：*****

目标地址：*****

Title修改如下：(不超过30个字)

Description：(不超过120个字)

20XX赢时代互联网营销会议干货

Keywords：(不超过5个关键词)

Top-txt：增加：修改为：

Bottom-txt：增加：修改为：

增加H1标签：

2、网站代码优化策略 暂无分析

3、用户体验优化策略 暂无分析

此部分工作涉及：SEO工程师、SEO程序员、设计部美工。具体工作分配见月工作计划!

二、结构优化与内链建设

1、内部结构优化策略 暂无分析

2、内部关键词链接设置

1：关键词：*****其他关键词可设置5-10个左右

此部分工作涉及：SEO程序员、SEO工程师。具体工作分配见月工作计划!

三、外部优化与外链建设

1、文字链接方式

1：关键词

2：关键词

2、提交搜索引擎网址、提交分类目录网址站等

负责制作sitemap.xml地图提交谷歌，媒介专员负责向各大搜索引擎提交地址(提交入口见对应文档)，向分类目录站提交，如：dmoz。

3、友情链接谈判

外链专员负责友情链接谈判，链接谈判条件：对方网站更新、收录要良好、PR不要太考虑，以相关行业站为主，其他站也可以考虑，每个网站的相关行业链接站要占到总数量的40%。每人每天按照最少10个友情链接推进!

4、开设免费博客

媒介专员手工注册 XX_10 个免费博客，如39健康博客、其他健康类博客;新浪，搜狐、和讯、焦点房产、天极，塞迪等大型门户及专业博客。每天针对优化的关键词撰写XX100 篇原创(伪原创文章)，文章中穿插优化关键词，并做上超链接，链到对应目标优化页。注：注册的免费博客基本都有友情链接版块，每个免费博客挑选XX5个不同站的XX5关键词链接到对应优化页面。

5、软文传播链接

媒介专员负责针对优化的关键词撰写XX篇原创(伪原创)文章，文章中穿插优化关键词，并做上超链接，链到对应目标优化页)发表到软文(博客、门户、论坛、个人空间)网站，注：能发表软文的地址很多，关键是要选权重比较好的站发布，发布以后不被删除，并且长久存在。这就要求发布软文时要选择好，管理严格的站不去发、网站权重低的站不去发、软文内容要符合发布站的要求。

6、其他外链传播

增加中..... 现阶段暂不考虑使用!

此部分工作涉及：SEO工程师、外链专员、媒介专员;具体工作分配见月工作计划!

四、网站文章内容优化

1、文章更新

SEO编辑每日负责针对优化的关键词撰写XX50篇原创(伪原创)文章，文章中尽量穿插要优化关键词，要优化的关键词可加粗，不需要太刻意关注关键词密度，做到考虑文章可读性、准确性、行业专业性、关键词刻意不堆积即可)

2、文章二次编辑

SEO编辑每日负责针对优化的目标页面(首页、栏目页、文章页)调取的文章进行2次加工(标题、内容改写)，文章中尽量穿插要优化关键词，要优化的关键词可加粗，不需要太刻意关注关键词密度，做到考虑文章可读性、准确性、行业专业性、关键词刻意不堆积即可)，每人每日二次编辑100篇文章(每站二次编辑文章数量根据当时搜索表现定)

此部分工作涉及：SEO高级编辑、SEO普通编辑。具体工作分配见月工作计划!

五、其他优化策略

1、增加中

2、增加中

此部分工作涉及：SEO工程师、SEO程序员、CMS开发者、服务器管理员。具体工作分配见月工作计划!

六、关键词排名维护

1、SEO编辑排名维护

排名稳定后，SEO编辑定期XX每周更新、二次编辑XX篇对应优化站点的文章。

2、外链、媒介排名维护

排名稳定后，外链专员定期XX每月

检查优化站点友情链接情况，删除、移动不合格站点。适当增加XX

个友情链接支持;媒介专员定期XX每月 检查发布软文情况。适当增加XX篇软文支持。

3、SEO工程师排名维护

排名稳定后，SEO工程师定期XX每月 对负责优化站点分析，出分析报告!

此部分工作涉及：SEO高级编辑、SEO普通编辑、外链专业、媒介专员、SEO工程师。具体工作分配见月工作计划!

总结

关键词营销(SEO)不能追求单一的关键词排名，从搜索引擎的用户体验上讲，是为了给搜索者提供更为准确而有效的信息。关键词营销(SEO)是一种策略的实施，从网站建设的初期就应融入到整个网站运营的体系中，建立和制定正确的搜索引擎营销的方法和策略。

关键词营销(SEO)是网络营销的一种是一个长期的过程，即要注重应用也要注重结果，所以关键词营销(SEO)要有耐性，好的网站一般遵循以下几点：独特原创的内容，方便的登入浏览、良好的用户体验等。

总之，网站得到一个很好的排名和流量还不能代表最终的结果，如何能够让访客停留在网站的时间更长，访问的页面更多，增加访客对于企业的了解，从而有效的提高转化率，才是搜索引擎营销的真正目的。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发