

2023年医院市场开发工作总结(大全5篇)

总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。相信许多人会觉得总结很难写？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

医院市场开发工作总结篇一

数据：开展大型义诊9场，发放宣传资料7万余份，制作公交广告30个，印制健康宣传小资料万份，制作电瓶车广告13辆，市场部新进人员4名（包括主任）。

2、 医院服务虽然有所改进，但整体服务还差，尤其是医护人员的服务态度还存在问题。

3、 医院客户工作流程还未建立。

4、 病员客户数据库还未建立，未充分利用既有客户资料。

5、 导医培训未到位。

6、 市场部整体工作效率不高，个别人员工作无主动、无积极性，自由散漫。

1、 建立有活力、有创新的市场营销队伍，工作要求务实、创新、高效，明确各自职责和具体工作任务。

2、 建立医院内部市场客服体系，包括医患的客户资料档案、回访处理，对潜在客户的开放，对不满意客户的准确解释。

3、 建立标准规范的服务体系，包括服务标准、服务礼仪、服务语言，规范医护人员语言行为。

4、 创建《新健康》半月刊

医院市场开发工作总结篇二

为巩固我院爱婴医院创建成果，使爱婴医院管理各项制度措施执行到位。围绕长效管理，可持续保护、促进和支持母乳喂养，提高母乳喂养率，以降低婴儿发病率和死亡率，推动爱婴医院进一步建设和发展，特制定爱婴医院工作计划：

巩固爱婴医院成果是一项永久的艰苦工程，把爱婴行动的工作列为工作的管理目标，加强督导与考核，形成长效管理机制，使爱婴医院工作得到可持续性发展。

1、为了确保巩固爱婴医院成果，要加强对医护人员的强化培训和复训工作，使标准一致，认识一致，目标一致，质量一致，效果一致。

2、对新上岗人员进行操作指导并在半年内进行爱婴医院知识培训，考核合格后方可上岗。

3、对原在岗人员进行复训，并与三基考核相结合，进行一次理论考核，不合格立即进行强化培训。

1、科内设置感染管理小组，在院感科的领导下，负责科室内院感工作。

2、设置产房和隔离产房并实行严格的消毒隔离制度，严格控制入房人数，对隔离孕妇按隔离技术规程进行接生和护理，接生完毕后按要求对产房进行擦拭和消毒。

3、新生儿恒温箱按规程进行消毒和管理。

4、对婴儿淋浴用具做到一用一消毒，并使用一次性用品，淋浴完毕，进行紫外线空气消毒。

1、为认真体现“儿童优先，母婴安全”的宗旨，工作重点立足于产儿科急救及规范化建设，开通孕产妇绿色通道，继续实施孕产妇免费接送。

2、产科在岗人员全部持有执业医师证和母婴保健证，为医疗安全提供必要的技术保障。

3、提高产儿科技术水平，降低剖宫产率，加强高危妊娠的筛选、管理和监护，降低孕产妇及婴幼儿死亡率。

4、对产妇母婴喂养指导实行责任制护士管理，对母婴喂养中存在的问题及时进行指导。

5、继续落实三级医师查房制，抓好病历书写质量，做到认真如实、及时记录。

6、深化乳房护理工作，对问题乳房进行有效的指导并落实纠正措施，确保分娩后母婴喂养能顺利实施。

7、继续搞好产后母乳喂养咨询，开通咨询电话，对产妇在母乳喂养中存在的问题要给予及时的指导。

巩固爱婴医院成功是一项重要工程，全科医护人员要不断提高业务水平，杜绝医疗事故的发生，保障母婴安全，提高医院的整体形象。

为了保证爱婴医院的各项工作落到实处并能正常运转，科室特成立爱婴医院管理小组，检查有关制度落实的情况、执行母乳喂养规定，确保了巩固爱婴医院成果顺利进行。

为保证达到标准一致，认识一致，目标一致，质量一致，效果一致，按照医院制定的母乳喂养制度，要求科室人员认真贯彻执行。同时对科室在岗人员进行了强化复训，组织理论考试考核，考核合格率达100%。对新上岗人员进行了指导培

训，培训人次8人次，培训合格率达100%，确保了深化爱婴医院行动的质量保证。

为切实控制产房的感染源及传播途径，防止交叉感染，真正体现“儿童优先，母亲安全”的宗旨，在院感科的领导下，科室院感小组，具体负责产儿科的感染管理工作。

- 1、增添了必备的硬件措施，手术器械全部由供应室统一处理、打包及高压灭菌。
 - 2、从基础护理抓起，控制感染源。
 - 3、洗婴室设施达到了一婴一巾一用一消毒，淋浴后紫外线消毒。
 - 4、对产房及隔离产房实行了严格的消毒隔离制度，控制入房人数，接生完毕后严格执行了终末消毒。
 - 5、加强了母婴同室及特护婴儿室的感染管理，定期对婴儿恒温箱进行擦洗和紫外线消毒并进行常规维护，保证设备完整无损。
 - 6、定期对产房、治疗室、洗婴室等进行空气及各种微生物监测，发现问题及时整改，全年无感染暴发流行事件发生。
- 1、定期不定期对科室人员进行业务培训，组织对疑难病历的讨论，业务知识得到了巩固和提高。
 - 2、抓好病历书写质量，落实了三级医师查房。
 - 3、产房急救药品作到了定位定数量，专人管理。
 - 4、对高危妊娠进行重点监护和管理，无一例孕产妇死亡。
 - 5、发现有胎儿宫内窘迫征象者，立即通知儿科医师和麻醉师

到场协助抢救。

6、严格掌握剖宫产指征及操作规程，作好宣传，积极降低剖宫产率。

7、开通了孕产妇绿色通道，实行了孕产妇免费接送。

医院市场开发工作总结篇三

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们企业的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我们认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在销售工作中我们做法还是存在很大的问题。特对个人销售销售工作计划分析如下：

下面是企业__年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的销售工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上，__产品品牌众多，__天星由于比较早的进入河南市场，__产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在销售工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在

1)销售销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始销售工作的，在开始销售工作到现在有记载的客户访问记录有__个，加上没有记录的概括为__个，八个月__天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量__个。从上面的数字上看我们基本的访问客户销售工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把

我们企业产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限企业就是一个明显的例子。

3)销售工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写销售工作总结和计划的习惯，销售销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售销售工作没有一个统一的管理，销售工作时间没有合理的分配，销售工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的销售工作责任心和销售工作计划性不强，业务能力还有待提高。

市场分析

现在河南__市场品牌很多，但主要也就是那几家企业，现在我们企业的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为__市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。鉴于我们企业进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在河南__市场可以用这一句

话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

20__年销售工作计划

在明年的销售工作规划中下面的几项销售工作作为主要的销售工作来做：

1) 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的销售工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的销售工作来抓。

2) 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在销售工作中发挥主观能动性，对销售工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3) 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在销售工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

医院市场开发工作总结篇四

(二)根据可调阅的财务资料，分析市场、总结市场规律，在不违背医疗法规、医师职业道德规范的前提下，本着“施行医疗服务、传播保健理念”的宗旨、及时纠正市场开发工作

的可操作策略(与各乡镇医院建立细化的横向业务联系、人员培训战略、保险公司的可操作的体检表格更新、学校体检的人性化、科学性、合理性的座谈)。

(三)适当的时候,进行医院全员营销培训,逐步提高医院整体营销水平。医疗服务营销,不同于有形产品的营销。产品营销,可能是与生产者关系不大的工作;而医疗服务过程是病人来医院后的具体医疗行为,涉及到医疗服务的各环节,联系到提供医疗服务的所有医务人员。如何让病人来医院接受比较满意的医疗服务,自然就涉及到相关医务人员的营销观念,以及具体的营销行为。

提高我医院医务人员的营销意思、营销水平,进行医院内部的营销培训工作、营销工作,有时候更重要。

(四)客户服务的窗口形象建立。把“坚持有热情、有尊严、有理性的服务客户、坚守职业道德、遵守职业医师守则、”贯穿在服务的全程中。规范医疗服务,根据医院实际情况进行一定程度的客服工作,提高医院现有客户的满意度,忠诚度,促进医院的良好口碑,从而促进医院的经济效益。客户服务工作也是销售工作配套的惯例。这同时也是全体医务人员共同的工作。

(五)明确工作职能,有计划的有效率的进行市场开发工作。适时组织、安排周边社区健康、卫生相关公益工作。利用每年“送三下乡服务活动”、“国际艾滋病日”、“结核病日”“戒烟日”等系列社会公益活动、有计划的针对城镇、农村市场的开展大型免费体检、健康评估咨询活动;此项工作本身涉及到市场人员对相关政府职能部的公关能力,以及有效举行活动的执行能力,活动效果的分析、统计能力。

经过多年的时间证明:此类活动的成功进行,既是医院形象、医院品牌的进一步推广,也可以直接促进医院经济效益(发现病人,从而直接带来医院的经济效益)。

医院市场开发工作总结篇五

（二）、加大经费投入

计划20xx年购置新的照相机、电脑、打印机等设备，印制健康教育宣传材料，保障健康教育工作顺利开展。

（三）、计划开展的健康教育活动

1、举办健康教育讲座

每月定期开展健康教育讲座，全年不少于12次。依据居民需求、季节多发病安排讲座内容，按照季节变化增加手足口、流感等传染病的内容。选择临床经验相对丰富、表达能力较强的医生作为主讲人。每次讲座前认真组织、安排、通知，在讲座后接受咨询、发放相关健康教育材料，尽可能将健康知识传递给的居民。（后附健康教育讲座安排表）

2、开展公众健康咨询活动

利用世界防治核病日、世界卫生日、全国碘缺乏病日、世界无烟日、全国高血压日、世界精神卫生日、世界糖尿病日、世界艾滋病日等各种健康主题日和辖区重点健康问题，开展健康咨询活动，并根据主题发放宣传资料。

3、向居民播放健康教育光盘

在输液室设电视及dvd每周定期播放健康教育光盘，光盘内容以居民的需要为原则，做好播放记录、播放小等。

4、开展居民喜闻乐见的活动

计划上半年、下半年各开展一次居民喜欢的健康知识竞赛，专干提前认真组织，设计试题、配备奖品，让居民在娱乐的

同时学习到日常所需的健康知识。

5、办好健康教育宣传栏

按季度定期对中心的3个健康教育宣传栏更换内容。将季节多发病、常见病及居民感兴趣的健康常识列入其中，丰富多彩的宣传健康知识。

6、发挥取阅架的作用

中心大厅设健康教育取阅架，每月定期整理，将居民需要的健康教育材料摆放其中，供居民免费索取。

（四）、健康教育效果评估

对辖区1%的人口科学规范的进行一次健康知识知晓、技能掌握、行为形成情况和健康需求等内容的健康教育效果评估。健康教育专干主要负责设计调查方案、调查问卷、评估总等工作。

（五）、健康教育覆盖

计划于20xx开展的健康教育讲座、公众健康咨询活动、健康知识竞赛、播放健康教育光盘、发放健康教育材料等工作的受教育人数覆盖辖区人口的70%以上，争取让的居民学习到需要的健康知识，从根本上提高居民自身的健康知识水平和保健能力，促进人们养成良好的卫生习惯。