

医院品牌化运营 全体系培训解决方案



专业人才成就专业品牌



目录

| | |
|---------------------|----|
| 前言 | 01 |
| 项目介绍 | 02 |
| 课程类别 | 05 |
| · [A] 现代医院经营管理精英班 | 05 |
| · [B] 网络舆情危机应对专题培训班 | 08 |
| · [C] 宣传综合能力提升高级研修班 | 10 |
| · [S] 定制化内训 | 12 |
| 课程模式 | 14 |
| 专家导师团 | 16 |
| 学员评价 | 18 |
| 服务价格 | 19 |
| 关于我们 | 20 |
| 我们的客户 | 21 |

“ “

品牌就是生产力

在互联网+医疗健康的背景下，品牌的效用愈加凸显。
越来越多的三级医院逐步接受品牌建设第三方服务，
越来越多的二级医院开始着手展开宣传工作，储备人才，
民营医疗机构如雨后春笋，面临品牌建设考验开始逐步发力。
国内外公立医院、民营医疗机构争相追逐，
医院品牌成为制胜的关键因素。
然而，
你是否还在为如何建设医院品牌苦恼呢？
你是否还在这条路上独自探索呢？
你还想继续观望吗？



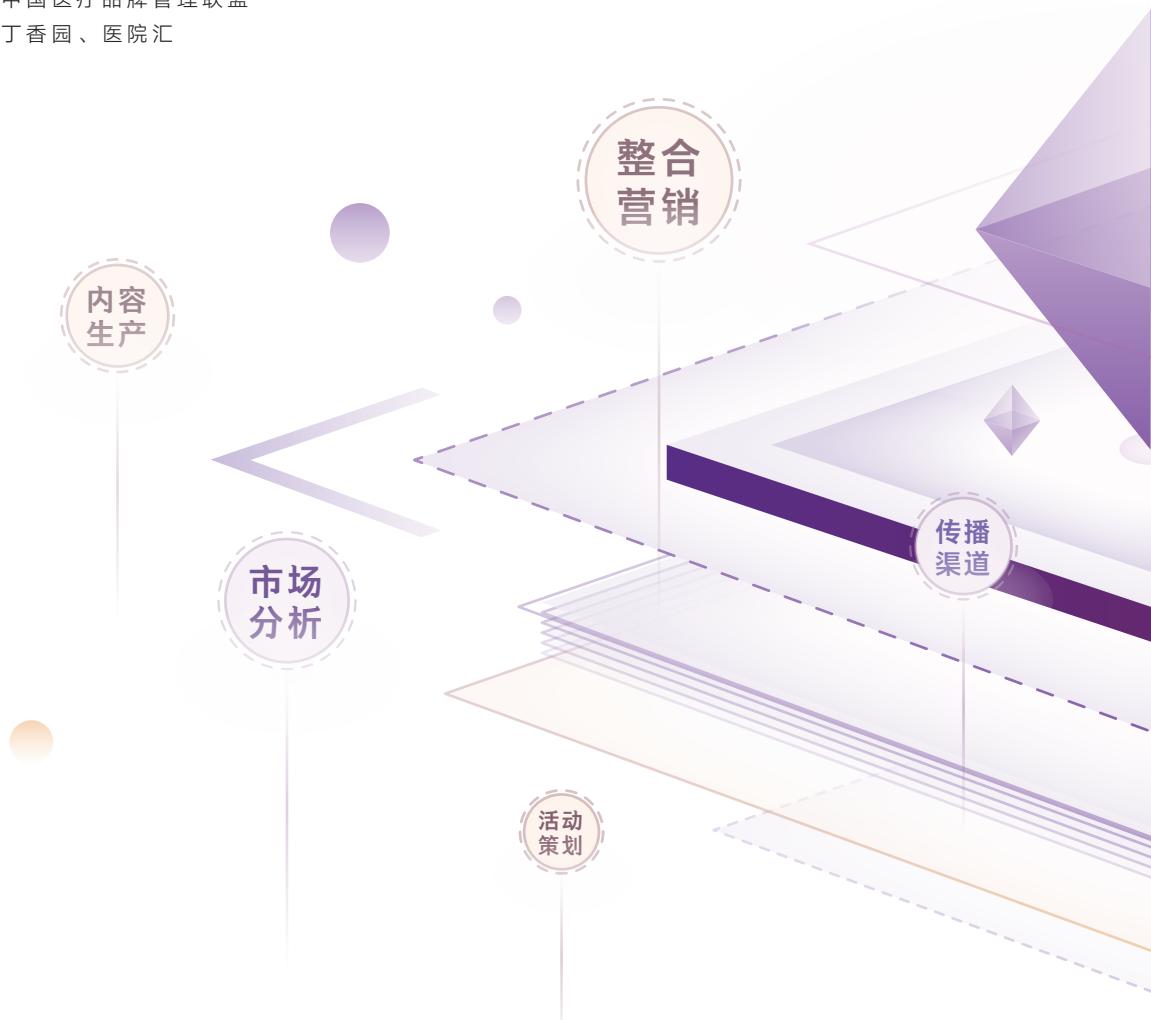
| 品牌 E 学院

在市场需求驱动之下，丁香园医院汇【品牌 E 学院】——一个没有围墙的医院品牌管理学院于 2018 年正式创办。

所谓品牌 E 学院，是为了帮助各级医疗机构培养专业品牌人才，进而提升医院品牌形象。主旨则是为全国从事医院品牌、宣传等相关人员提供一个开放式平台，帮助医院宣传工作者们由浅入深掌握医院品牌进阶知识。

依托于丁香园专业的行业背景和资深的专业经验，品牌 E 学院从创立之后就获得了行业的关注和一致好评，我们期望于通过品牌 E 学院，让更多的医疗健康品牌宣传人员变得更专业！

- 主办：中国医疗品牌管理联盟
- 协办：丁香园、医院汇



教学 特色

- 实 理论实践结合，优质案例解析，经验共享
- 精 行业权威专家导师团队，面对面专业教学
- 全 多元化课程模式，专为满足不同需求定制

品牌定位

新媒体
运营

雇主
品牌

网络舆情
监控与处置



18年

行业背景



500+

合作客户



3000+

学员人数



98%

课程好评

面向人群



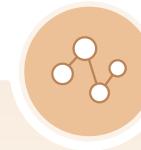
主管领导

增强现代医院管理品牌化运营的意识和思路



中层干部

优化科室管理和宣传包装的意识和能力



宣传骨干

提升品牌宣传和舆情应对综合实践能力



通讯员

激发科普新闻创作和新媒体运营能力

课程类别 - A

首席运营官 COO

— 现代医院经营管理精英班

培训目的

前往台湾经营绩效突出及品牌管理最具代表性的医院实地学习，邀请特色科室负责人进行专题授课，实务参访交流。开拓学员视野，结合台湾实践经验，提升现代医院管理水平和业务经营能力。

培训对象

医疗卫生及大健康行业，从事医院经营管理、人才绩效、品牌运营、家庭全科医生、患者服务、社工慈善、护理康复、医护培训等相关人员。

培训地点

上海、台湾

课程信息

- 主办单位：丁香园、医院汇、上海健康医学院
- 班级规模：小班教学，全年 5 期，20 人/期
- 培训时长：8 天 7 晚，周六去周六回（上海 2 天 1 晚，台湾 6 天 6 晚）
- 课程每一期共分 9 个培训模块，23 个课时，17-19 个主题
- 培训费用：【非联盟成员】19800 元/期/人次，【联盟成员】18800 元/期/人次
- 培训结束颁发现代医院经营管理精英班结业证书及 II 类国家继续教育学分 4 分

课程内容

● 主题1：《现代医院经营管理》 7月13日 - 7月20日

- 医院经营 - 科室管理 - 人才队伍 - 绩效考核 - 品牌战略
- 分组讨论 - 院内参访 - 座谈交流

● 主题2：《家庭医生服务及全科医生培养》 8月10日 - 8月17日

- 分级诊疗 - 全科医生培养 - 家庭医生 - 全科服务实践
- 分组讨论 - 院内参访 - 座谈交流

● 主题3：《以病人为中心的精细化服务》 9月14日 - 9月21日

- 服务战略 - JCI 评价 - 护理专科服务 - 人文服务 - 分组讨论
- 院内参访 - 座谈交流

● 主题4：《医务社工及慈善公益》 11月2日 - 11月9日

- 医务社工理念 - 台湾模式实务 - 社会协同 - 志愿者管理
- 分组讨论 - 院内参访 - 座谈交流

● 主题5：《医院与社区结合的医养护服务模式》 12月14日 - 12月21日

- 台湾模式 - 专业服务 - 社区联动模式 - 医养康护 - 分组讨论
- 院内参访 - 座谈交流

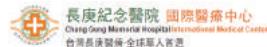
拟参访医院



童综合医院



坜新医院



长庚纪念医院

长庚养生文化村



台北万芳医院



台大医院



嘉义基督教医院



振兴复健医学中心



马偕纪念医院



台中荣民总医院

▶ 注：

- 1、以上参访医院排名不分先后；
- 2、每期培训班会根据主题和参访医院的特色，安排参访医院 4 - 5 家，每期可能会有不同。

课程类别 - B

首席新闻官 CNO

— 网络舆情危机应对专题培训班

培训目的

以雄厚的师资力量、政府权威新闻发言人传授经验，通过精品的课程设计以及实战模拟演练，让每一位参与者都能够参与到活动中，提升参与者的新闻发言与舆情管理能力，帮助医院更好的建立并有效维护内外部关系。

培训对象

医疗健康行业机构负责人、党政负责人、新闻发言人、宣传品牌公关负责人等。

培训地点

杭州

开课时间

6月、7月、8月、9月，每月1期

课程信息

- 主办单位：丁香园、医院汇
- 班级规模：全年4期，50人/期
- 培训时长：2天
- 培训费用：【非联盟成员】2980元/期/人次，【联盟成员】2880元/期/人次
- 培训重点：医院网络舆情监控、危机应对、新闻发言人专项训练、新闻发布会实景模拟
- 培训结束颁发网络舆情危机应对专题培训班结业证书

Ⅱ 课程内容

● Part1- 危机管理及沟通管理理论

- 危机管理原则
- 危机管理的三个阶段：预防、处理与品牌恢复
- 社会化媒体时代的危机管理
- 危机中的沟通管理

● Part2- 医院网络舆情管理

- 医院舆情危机的特点
- 医院新闻发言人机制
- 医院舆情管理及日常预警
- 医院舆情处理的原则、技巧和方法
- 案例分析

● Part3- 医院舆情与新闻媒体

- 医疗行业的新闻关注点
- 媒体新闻报道的常用方法
- 学会与媒体做朋友
- 新闻发言人的基本素养与技巧
- 媒体采访实景演练

● Part4- 主题化场景模拟

- 医院新闻发布会

● Part5- 专家点评

- 专家分组点评
- 评选最佳小组、最佳首席新闻官

▶ 注：每期课程内容可能会根据实际情况调整。

课程类别 - C

首席品牌官 CBO

— 宣传综合能力提升高级研修班

培训目的

通过具体实践分享和教学，帮助医院品牌宣传骨干在培训中获得可行可用的干货，进一步提高自身的品牌运营能力，帮助医疗机构更好的进行品牌传播，提升医院的品牌影响力。

培训对象

医疗卫生系统党委工作部、党办、院办、宣传科、新媒体部、整合营销部、市场部、事业发展部及从事办公室综合管理、公关推广、品牌宣传、市场营销工作等相关人员。

课程信息

- 主办单位：丁香园、医院汇
- 班级规模：每月 1 期，100 人/期
- 培训时长：1.5 天
- 培训费用：【非联盟成员】1680 元/期/人次，【联盟成员】1500 元/期/人次
- 培训结束颁发宣传综合能力提升高级研修班结业证书

Ⅰ 课程内容

● Part1- 医院品牌整合运营概念总述

- 市场分析与品牌定位
- 传播策略制定
- 跨平台传播要点

● Part2- 品牌=内容+渠道+传播

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - 消费升级后的营销模式变革 - 患者口碑与医生大 V | <ul style="list-style-type: none"> - 品牌内容的生产和销售 - 医院品牌传播的整合营销 |
|--|---|

● Part3- 医院品牌工具运营实务

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - 用品牌思路规划医院官方网站 - 官方微博开通及运营策略 | <ul style="list-style-type: none"> - 微信公众号的品牌效果及运营实务 - 其他第三方自媒体平台 |
|--|---|

● Part4- 玩转医院官方自媒体

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - 好的选题等于成功的一半 - 粉丝互动及涨粉秘诀 | <ul style="list-style-type: none"> - 如何放大传播效果 - 巧用辅助工具事半功倍 |
|--|--|

● Part5- 医院网络舆情管理

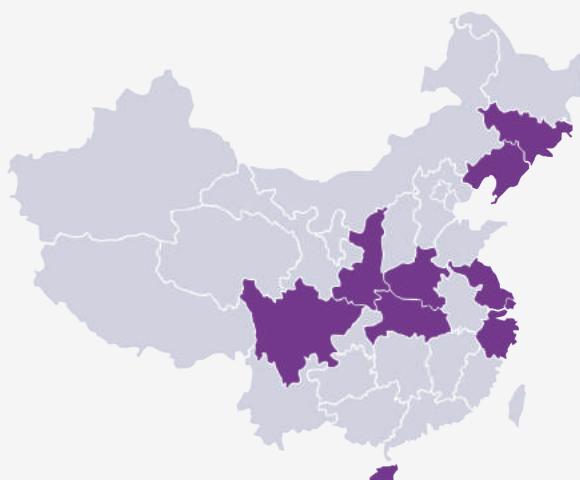
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - 医院舆情危机的特点 - 医院舆情处理的原则、技巧和方法 | <ul style="list-style-type: none"> - 医院舆情管理及日常预警 - 案例分析 |
|--|---|

● Part6- 医院案例分享

▶ 注：每期课程内容可能会根据实际情况调整。

2019年开课地点

- | | |
|--|---|
| 📍 3月 上海 | 📍 9月 武汉 |
| 📍 4月 郑州 | 📍 10月 长春 |
| 📍 6月 成都 | 📍 11月 南京 |
| 📍 7月 大连 | 📍 12月 海口 |
| 📍 8月 西安 | |



课程类别 - S

定制化内训

丁香园医院汇【品牌 E 学院】以“让 TA 们更专业”的精神，为医院和机构客户提供一流的教育、咨询、培训服务，我们拥有一流的专家讲师团队，共同探讨、研发、教授最前沿、最具价值的医疗卫生相关课程，提升机构人员的品牌化运营思维意识和能力。我们可根据各医疗机构客户的培训需求，提供定制化课程方案，匹配专家讲师及个性化报价。

推荐课程模块



服务流程

1

提出需求

了解客户培训要求，并提供初步的培训方案建议

2

需求分析

培训团队内部讨论并分析客户的实际具体需求

3

提交方案

初步确定课程方向和讲师配置，制定内训方案

4

签署合约

签署合作协议并支付培训费用

8

评估评价

内训结束后对课程收益、教学内容、授课教师、培训形式等方面进行评估

7

实施培训

专题讲师现场授课，交流互动

6

课程设计

针对培训方案设计培训内容和课件，准备培训资料

5

前期调研

深入了解学员的工作职责、工作中的问题、困惑以及对培训的期望

9

后期辅导

专属培训顾问后期辅导和跟踪，协助培训内容落地应用

10

社群交流

邀请加入同行交流社群，分享案例，交流学习

11

增值服务

对于客户品牌宣传服务和实际需求提供个性化增值服务

课程模式

针对医疗机构和具体应用场景，打造一套从理论到实操的课程体系，分解教学、专项培训、场景导入、强化落地。



基础理论

从本质入手，奠定基石，培养正确的医疗品牌理念，提升品牌意识



专项技能

解构医院经营管理的环节，提升各级人员的运营管理能力和品牌营销能力



沙盘演练

引进国际最新学习技术，同行头脑风暴，协同合作，确保高效落地



案例分享

联手标杆医院优秀案例，深度解构教学，面对面助力攻克重点难点

“ ”



“ ”



| 专家导师团（部分）



王彤

上海市卫生健康委健康促进处处长



杨力勇

河南省卫生健康委宣传处处长



顾建钦

河南省人民医院党委书记、副院长



吴亦鸣

河北燕达医院经
营院长



付琳

浙江卫视金牌主持人



褚文

原奥美公关中国
区首席战略官



陈韵

知贝诊所品牌内
容总监



武素英

河南省人民医院党委
副书记兼工会主席



郭辉

上海德济医院创始
人、董事长兼院长

品牌 E 学院专家导师团由丁香园资深品牌专家、运营达人及中国医疗品牌管理联盟特聘名师大咖共同构成。强大的师资力量，旨在打造国内一流的医疗品牌管理学院。



王家铃

浙江大学医学院附属邵逸夫医院党办主任



李静

上海市东方医院
党委宣传部主任



庞亮

西安交通大学第一附属医院宣传部副部长



帅玉环

丁香园副总裁、医
院事业部负责人



费菲

丁香园新媒体团
队负责人



郑佳

丁香大学负责人



郑世超

丁香园医院汇总监



廖琳莉

丁香园项目总监



温正强

丁香园品牌营销
资深顾问

| 听听他们的声音



2019 年品牌 E 学院服务价格

| | A类 首席运营官 COO | B类 首席新闻官 CNO | C类 首席品牌官 CBO | | | | | | | | | | S类 定制化内训 | |
|--------|------------------------|-----------------|-----------------|---------------|----|----|----|----|-----|-----|-----|--|--|--|
| 适宜人群 | 卫计委、医院 院领导、科室 主任 | 医院分管 领导、科主任 | 医院宣传科主任、科员级人员 | | | | | | | | | | 根据课程内 容、讲师配 置、授课时 长、授课人 数、授课地 点及具体需 求进行个 性化报价 | |
| 规模 | 20人 / 班 | 50人 / 班 | 100人 / 班 | | | | | | | | | | | |
| 时间 | 7月、8月、9月 11月、12月 | 6月、7月 8月、9月 | 3月 | 4月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | | | |
| 地点 | 上海、台湾 | 杭州 | 上海 | 郑州 | 成都 | 大连 | 西安 | 武汉 | 长春 | 南京 | 海口 | | | |
| 价 格 | 非联盟成员 | 19800元 / 人 / 次 | 2980元 / 人 / 次 | 1680元 / 人 / 次 | | | | | | | | | | |
| | 联盟成员 | 18800元 / 人 / 次 | 2880元 / 人 / 次 | 1500元 / 人 / 次 | | | | | | | | | | |

年度优享套餐

| | | 基础套餐 | | 高级套餐 | | VIP 套餐 | |
|---------------------|-----------------|---------|-------|---------|-------|--------|-------|
| 包含培训名额 (单位：人次) | A类 首席运营官 COO | 1 | | 2 | | 3 | |
| | B类 首席新闻官 CNO | 2 | | 4 | | 6 | |
| | C类 首席品牌官 CBO | 4 | | 8 | | 12 | |
| 套餐价值 (单位：元) | 非联盟成员 | -32880- | 29588 | -65760- | 59888 | 118440 | 94788 |
| | 联盟成员 | -30760- | 27688 | -61520- | 52298 | 111080 | 88888 |

说 明

- 1、年度优享套餐可以按照所含培训名额，年度内自由选择参加培训场次；
- 2、非联盟成员单位加入联盟后即可享受相关福利，详情请咨询联系人；
- 3、每期课程安排可能会根据实际情况调整，敬请关注官方通知。

| 关于我们



随着医疗市场竞争日趋激烈，愈来愈多医疗机构的品牌管理意识开始觉醒，拥有一个鲜明的品牌已成为具备行业竞争力的重要标签。然而，由于缺乏专业平台及人才指导，各大医疗机构的品牌建设与管理之路并非那么好走。

2018年5月11日，为了打破目前医疗行业品牌建设难的局面，中国医疗品牌管理联盟由丁香园联合国内标杆医疗机构共同发起成立。联盟主旨是提升医疗品牌管理者的创新能力、市场运营能力，增强我国医疗品牌建设和管理的整体竞争优势，促进传统媒体与自媒体舆论场的进一步融合，进一步增强全社会共识。



定位：医疗行业品牌运营专家

使命：整合行业资源为优质医疗机构提供品牌运营整体解决方案，提升机构品牌影响力

愿景：促进中国医疗行业品牌正向发展

医院汇——丁香园旗下独立品牌，依托于丁香园550多万医疗领域会员、2000多万大众用户及十多年的互联网医疗运作经验，为优质医疗机构提供品牌运营整体解决方案，提升机构品牌影响力，促进中国医疗行业品牌正向发展。

| 我们的客户（部分）



河南省人民医院

锦州医科大学附属
第一医院上海交通大学医学院
附属新华医院

骨卫士医生集团



天津医科大学总医院



香港综合肿瘤中心

西安交通大学
第一附属医院

小净透析

厦门大学附属
厦门眼科中心浙江大学医学院
附属第四医院

美中宜和医疗集团



河北燕达医院



天津医科大学肿瘤医院



爱医传递



绿叶医疗



百汇班台

▶ 注：以上客户为医院汇部分合作客户，排名不分先后。



报·名·咨·询



舒女士

Tel: 18768155842 | 微信同号

E-mail: shusj@dxy.cn | Web: <https://y.dxy.cn>