



马院长参加国务院医改调研座谈会

导读

第2版 要闻

二版 要闻速递

我院举办市外科医师分会成立大会暨国家级继教学习班

三版 医疗视野

肉毒素注射个体化注意事项小总结

四版 护理聚焦

护理人文关怀影响因素与对策

六版 健康促进

白内障不能等“熟了才摘”

七版 生活感悟

绍兴印象



本报讯 12月15日, 我院组织人员将满满一车职工捐献的旧衣物装车送到柯桥区慈善总会。

我院积极响应绍兴市、柯桥区慈善总会关于组织开展“捐旧奉献行善养德——衣循环?爱循环”捐赠旧衣慈善公益活动, 从11月底开始, 在广大员工中广泛开展旧衣捐献的宣传。半个月时间, 共收到各科室上交的各类旧衣服、旧被子、旧毛毯等1100多件套, 经过分类整理, 装车后专程派人送至柯桥区慈善机构。(单明铭 摄)

编者按: 不管在什么时代, 品牌的价值都无法低估。品牌的打造是经过千锤百炼的, 不是一朝一夕塑造的。随着互联网+的发展, 为医院、医生又提供了一个打造的平台。我们日常消费时, 经常追求名牌商品。名牌的打造是有强大的品牌内涵价值的。医疗是一个特殊的行业, 直接关系到人们的生命和健康, 更需要品牌建设, 品牌内涵价值的含金量应该更高。那么, 互联网时代, 如何成为品牌医生?

医生品牌该怎样塑造

昆明医科大学附属口腔医院——邹新春

移动互联网时代, 患者获得医学知识和医生信息的路径都在改变, 医生个人品牌树立已经变得越来越现实和迫切。医生品牌有何作用? 第一, 让患者找到对的医生。患者在选择医院和医生的时候, 能够更加准确, 减少不必要的延误。第二, 搭建信任的纽带。如果医生口碑好, 在患者心中有地位, 那么患者就会更加理解和尊敬, 医患关系也会更和谐。因此, 好医生除了得到行业认可外, 确实要考虑社会知名度、美誉度和影响力, 这些都是医生品牌的内涵, 有品牌才能挖掘更大的价值。

长期以来, 优质医疗资源集中在公立医院, 对医生个体而言没有个人品牌, 当医生离开医院这个平台后, 需要相当长一段时间让社会重新认知他, 需要重新塑造自己的品牌。现在各种传播手段的兴起,

给医生带来了塑造个人品牌的机会, 打通医患之间的信息壁垒、沟通障碍、信任危机。

如何最大限度地发挥医生的价值是医院和医生共同的目标。从医生个人角度而言, 医生品牌的关键是能力, 需要不断充实和丰满, 医生应当知道如何维护品牌的持续生命力。首先, 要清楚自己的出发点是什么。其次, 需要必要的制约和监管机制, 让真正优秀的医生树立自己的品牌。再次, 未来医生的品牌可以由大数据衡量。真正优秀的品牌是会随着时间的推移被认可、沉淀。

从医院角度而言, 医生的自由执业会倒逼医院的管理改革和创新, 医院必须用科学合理的管理来吸引优秀的医生。未来医院的竞争是医生的竞争, 要赢得医生竞

争的胜利, 必须要靠管理。医生开展服务需要医院提供的管理和便利, 医院要想办法为这些核心医生团队, 或者说一个个优秀的品牌提供好的平台, 医院甚至可以由自己的专业团队来打造医生品牌, 医生个人也有义务提升品牌效应。

未来医院人力资源管理需要培养两类人, 一类是核心的医生人才, 另外一类是管理人才, 把医生人才+管理人才有机结合起来, 先树立医生品牌, 再逐步打造医院品牌, 医院和医生同时对品牌负责。让医生把更多的精力投入到最需要他的地方, 发挥最大的作用, 产出更多, 效果更好, 医生解放了, 服务效率和能力提高了, 患者也得到了实惠。

(摘自《健康报》)



微信公众平台

扫一扫 全知道

皮肤激光美容中心

专业治疗雀斑、老年斑、黄褐斑、痤疮、纹身、脱毛、除皱等, 小小的改变大大的不同 长效微整形

开展椎间孔镜治疗颈、腰椎间盘突出症, 激光手术, 痛苦小, 3—5天出院

骨科疼痛中心

