# 医院网络部工作总结

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2025-07-14

*1医院网络部工作总结20XX年卫生局安排部署了全市卫生工作，按照市卫生局的通知精神，现将临汾市中医医院20XX年1—10月工作总结汇报如下：一、积极开展思想教育活动根据市卫生局党委的安排，临汾市中医医院党支部、院委会积极组织医院的党员、职工...*

1医院网络部工作总结

20XX年卫生局安排部署了全市卫生工作，按照市卫生局的通知精神，现将临汾市中医医院20XX年1—10月工作总结汇报如下：

一、积极开展思想教育活动

根据市卫生局党委的安排，临汾市中医医院党支部、院委会积极组织医院的党员、职工，积极开展各项思想教育活动。

1、积极开展学习实践科学发展观活动。组织党员、干部职工认真学习《毛泽东、邓小平、xx论科学发展》等文献书籍；邀请市讲师团贾成奎作集体辅导讲座；医院领导班子召开了由党员、中层干部参加的扩大民主生活会，发放“领导班子征求意见表”和“患者征求意见表”，广泛征求群众对领导班子和医院发展的意见和建议；在学习和召开民主生活会的基础上，撰写了医院学习实践科学发展观的分析检查报告，找出了医院领导班子和医院存在的差距和不足，提出了今后的努力方向。

2、加强医院管理，加大职工职业道德教育。按照市卫生局党委的安排，在医院上下开展了医德医风和医护人员医德医风考评推进活动；在医院内部广泛开展“感恩患者”、优质服务活动，由医院院长亲自给职工讲授如何与患者沟通的技巧，组织职工收看全国著名医院管理、与人沟通专家的录像讲座，提高职工的服务沟通能力和爱岗敬业的自觉性。

3、按照市卫生局的要求，加强领导干部廉洁自律，提高廉洁从政意识，加强党员干部的道德修养，提高个人反腐倡廉的自觉性。

二、深入开展行风政风活动，树立医院新形象

1、认真纠正医药购销和医疗服务中的不正之风，维护群众的利益。加强长效机制，经常性地对容易滋生商业贿赂问题的重点科室和重要岗位人员加强反腐倡廉教育，预防腐败现象的发生。

2、扎实开展医疗临床科室“乱收费、乱检查、乱用药”的自查自纠工作，杜绝和减少开大处方，过度检查、过度治疗的现象，促进合理检查、合理治疗、合理用药；继续搞好药品价格公示和患者住院“一日清单”制，让患者明明白白看病就医。

3、治理医务人员吃“回扣”和收受患者及家属“红包”问题。

4、完善药品集中网上竞价采购工作，加强对医疗药品购销合同的签订履行，按时回款工作。

5、继续开展政风行风、民主评议活动，设立“意见箱”，为住院患者发放“征求意见表”，切实解决群众反映的热点、难点问题。

三、搞好业务工作，提高救治水平，在稳定中求发展。

1、20XX年，医院领导根据医院资历、医疗技术、医疗设施、地理区域综合分析形势，找出医院在临汾区域内的优势和不足，选定只有抓好以服务为本的目标，推动医院的持续发展措施。经过努力，全院医疗工作取得较好效益，1—10月：门诊19559人次，住院1327人次，健康体检5852人次，下乡体检7800人次，手术561台次，血液透析5401人次，胃镜检查328人次，康复治疗76人次。

四、强化管理、完善建制、注重落实。

中医院近年来十分注重医院的管理，20XX年1—10月在20XX年度管理工作的基础上，进一步强化管理，完善建制。根据“建管理制度、抓责任落实、出工作效益”的管理经验，我们注重落实二字。医院制订了各种责任考核制度，对科室实行月月核算、月月考核、月月兑现，使得科室有盈余，职工有收入，医院有发展，取得了较好的效益。

五、开设新的治疗业务，选中亮点创品牌。

在20XX年1—10月，临汾市中医医院在搞好内科、外科、中医科、妇科等日常医疗工作的同时，积极开设新的治疗业务，用特色和亮点创造医院的品牌。

1、经过市场调查分析，医院了解到在临汾全市范围内有大量肾病患者，需要进行血液透析维持生命治疗，而临汾市区域内有关医院现有的肾透析设施数量较少、装置分散、操作技术落后、价格较贵，不重视这一群体患者的治疗需求。当我院了解到这一情况后，为了解决透析患者“看病难、治病贵”的困难，投资三百余万元，购置了世界先进的德国、法国血液透析和水处理设施，组建了拥有21台透析机的“血液透析中心”。

在短短的半年时间，“血液透析中心”的医护人员用热情的服务和优惠的价格，为患者提供接送条件，先后为5401人次的透析患者，提供了医疗服务，受到了广大肾病患者的好评。

2、当医院了解到目前在临汾市范围内约有34。5万余人的各种残疾患者当中，有很大一部分患者家庭均存在因残致贫的情况。因此，医院本着“治疗一个残人、拯救一个家庭”的理念，投资四百余万元，改造病房，培训医护人员，购置治疗锻炼设施，在中医院组建了全省最好的“康复治疗中心”。该中心目前已接收了76名残疾或脑瘫、偏瘫患者在此住院锻炼治疗。临汾市中医医院建立的“康复治疗中心”受到了临汾市残联的认可，并确定为临汾市残疾人治疗的定点医院，得到了有关专家的好评，得到了社会残疾患者的认可。

六、抓好骨干人员培训，提高业务技术水平。

为了提高中医院的整体管理和业务技术水平，上半年医院选派了40多名学历高、素质好的年轻业务骨干，先后到北京、南京、郑州、太原等地大医院进行专业进修培训学习。通过培训人员，提高了医护人员的理论水平，为中医院的长期发展起到了一定的保证作用。目前外出进修学习的人员已在医院的各个岗位上发挥着积极作用，取得了明显的效果。此外，由培训人员开发的“半永久性单腔中心静脉留置术”，是山西省唯一一家医疗单位，填补了临汾市的空白。

七、积极备战，应对h1n1甲型流感疫情。

鉴于甲流感的到来，临汾市第三人民医院、临汾市中医医院十分重视此项工作。医院首先成立了以院长为组长，书记、副院长为副组长，护理、医务、防感等职能科室参加的“医院救治h1n1甲流感领导组”，组成了医疗救治梯队，组织了医护人员参加的救治h1n1甲型流感的专业培训，提高医护人员的业务能力。为了更有效地搞好救治工作，医院在第三人民医院建立了救治h1n1甲流感应急治疗病区，进行了防控h1n1甲型流感的演练，加强了救治物资的储备，按收治20名患者进行防护用品、消毒用品、药品的储备，保证救治的需要，配备了专人开展疫情的网络直报工作。在五楼新建了两间救治重症甲流患者的负压病房。张建欣副省长、谢碧玲副市长、省卫生厅高国顺厅长，在医院现场指导检查后，对医院所做的工作，给予了充分的肯定。

为了更好地防控甲流感，中医院充分发挥中医特色，参照卫生部预防甲流感中医配方，结合本院中医专家的治疗经验，配置了两方中医汤剂，已投入到预防甲流感的人群中。

八、开展医疗义诊服务，帮助弱势患者群体。

20XX年，临汾市中医院继续开展医疗体检，深入社区义务为广大群众服务。医院组织的社区体检小分队，不怕艰苦，配备先进的体检车，深入到企事业单位、机关、学校，把医疗体检服务送到群众的家门口和工作岗位，先后为几千人次进行了医疗体检，受到了群众的热烈欢迎和好评。配合市总工会、市政协民盟委员会，分别深入到大宁县、浮山县，为500余名教师和XX余名农村群众开展医疗义诊活动。

临汾市第三人民医院、临汾市中医医院积极响应市卫生局的号召，开了“感恩患者”活动，医院三年免费救治洪洞肠瘘女孩晋丹丹，免费为艾滋病患者儿童做手术，就充分体现了医院爱心帮助弱势患者群体高尚的医德医风。

2医院网络部工作总结

一年很快过去，现将这一年的工作单纯网络方面的总结如下：

从三月份接手网络部，鉴于老站的视觉效果和转化率较低，广告性太过于浓烈，未从优化角度出发，综合站又只是一个单页，只单纯的连接了两个肝、肾病网，这样的布局过于简单，而且资源浪费严重。而且最初网络外包一切都掌握在网络公司，因此让效果也大打折扣。网络公司因不了解疾病行业，对于推广方向不精准，只讲求视觉包装，不讲求实质内容，造成用户体验度下降。于是，我们开始重新规划推广方式，重新组建网络团队。将网络外包收回。

一，重新组建网络部。因为在最初组建的网络人员过于单薄化，很多东西需要重新沉淀和积累。对于医院产品，疾病，科室包装，疗法等等还不是很娴熟，而且人员配备方面仍然没有最大优化。所以重新组建一个技术+一个美工+4名文案的最初模式，为网络推广正式打下一个初级基础。人员分工为：美工设计网站，包装专题，程序建站，文案经培训后做最需要的伪原创内容+原创内容+病例+软文等站内的一些基本需求。

二，网站人员培训沟通。网络部人员组建到位后，开始正式的培训，从对医院认识和医疗营销的认识，以及医疗常识的书写技巧，优化掌握技巧，和说服力等方面入手。建立整体人员的整体网络营销意识。文案要求：以具有评论员的论辩思维去说服，以具有优化技巧的熟练去运用。两者结合。美工从网站风格定位和专题风格，颜色，布局，项目功能开发等各方面进行着手沟通。程序从网站功能和域名，服务器要求，网站安全，网站的系统布局等方面进行沟通。

三，网站前期规划和策划。根据目前医院的整体情况，考虑前期进行建立三个新网站，进行主要付费推广，对于老网站主要采取维护，后期改造后进行优化。以医院的主站，也就是官网为主干，以两个推广病种网站为枝叶，进行策划推广。先将最直接见效的付费推广做起来。鉴于我们目前的规模站不在多，而在精。而后针对这些网站填充大量实质内容和一些策划的专题，来提高竞价推广网站的客户体验度和可信度，权威感。

四，网站建设。首先建立两个病种站之后。建立了综合站（官网）以优化为主。从整体色调和各个环节的设置，到功能开发。实行了统一。

五，两个病种竞价账户的调整。1，账户结构混乱，关键词不准确，产生垃圾关键词很多，因此重新分离组织结构，调整关键词匹配方式，安装站长统计过滤垃圾关键词，2，账户创意陈旧，没有新意，而且整体关键词质量度底下，影响了点击。因此书写创意，力求吸引力和质量度完美结合，删除一部分陈旧的创意。3，地域推广没有掌握侧重点，很多省份经过数据分析后发现转化率并不理想，因此做了地域推广力度的调整。4，关键词价格调整，因为出价很高，导致花费多点击少，因此采取新的关键词调整策略，散点聚合式，以最少的钱达到最好的转化。5，着陆页的调整，力求更符合患者诉求和所需。

六，资源系统的开发。所有的推广最终结果均归结为数字，因此分析数据是一切营销的重要点。网络营销更是如此。通过准确的数据可以反映出每一环节的问题在哪里？更可以适时及时的调整错误的方向。还有一点，数据库营销的所需。因此我们进行了资源系统的开发。方便咨询人员对于资源的开发，也方便网络部进行数据分析。

七，对新的网络营销动态关注。网络营销不同于其他营销，其最大特点就是瞬息万变，更新速度极快，所以很多新的手段一旦出现，走在前面肯定会有所斩获。不能像传统媒介一样去反复考量后市场成熟后才去做。网络的特点决定了时效性，有些方式在这一刻可以，到另一刻也许就没用了，因此必须要跟上网络的更新。并且借鉴与其他行业与网络各类工具联合进行的一些网络营销方式，策划了一些活动页面。明年准备在扩大竞价，优化的基础上，积极开发新型的网络模式。

八，网络推广的数据。从提供的具体数据分析来看，各项数据均有提升。后期主要放在提供准确的对话上面。因为单纯的数量并不能代表最后的质量。从源头一个准确的患者会经过准确的点击，到准确的对话，到留下资源到住院，这个转化率会很高。所以推广的关键词策略非常重要。关键词价格、匹配、否定、创意、质量度、点击率、对话、咨询等一些列进行分析，而且不断跟进。

九，网络部人员管理。经过沟通和培训，培养员工主观能动性的工作，自主自发的思考，让每个人充分发挥自己所负责的部分。采取工作不设限，问题多沟通原则。以团队的凝聚力调整和维护个人价值观念。在我职权所能内为员工提供良好的学习环境和发展前景。

3医院网络部工作总结

目前随着上网人数增加网络作为第四媒体已经引起广大百姓和商家重视目前中国网民已经达到1.03亿.随着人们生活水平的提高人们对自己健康的重视也在逐渐提高许多人借助网络查询自己疾病、健康情况。医院依靠先进的硬件设施搭建医患交流沟通平台，起到宣传推广医院、科室及相关品牌、为患者解答各种疑难疾病问题，引导患者来院就诊，对于医院类的网络营销最直接的讲，无非是指一天有多少人访问了网站，网上预约了多少人，实际来就诊的有多少人。

一、基础建设

1.下半年医院组建了网络部。对旧网站进行改版，充实了内容增强了可读性，并且重新设计了首页和各个内容栏目使网站更贴切用户的使用习惯。

2、根据需要，将重点病种划分为项目独立包装成专题页面推广，并取得了一定的效果，为以后将医院重点病种独立推广做好了铺垫。

3、更新站内医院信息，对网站内的医院信息、设备、疾病疗法、荣誉等相关内容进行更全面的包装和更新。提高患者的就诊意向与医院品牌。

4、首页版块增加，目前已有的六个板块，无法达到达到患者的收藏目的。又增加热点话题、新闻时尚等版块，并结合节假日、活动日制作了各类专题页

面，提高网民的阅读性。

二、推广

1、关键字竞价营销是我们一种重点投放的方向，从实际效果上看，百度、谷歌、搜狗，竞价推广可以做到想做什么病种就做什么病种，这样极大的方便了咨询人员的开发

2、网盟推广，由于网盟的转化效果较差，为了避免浪费，网络前期投放很少。目前竞争越来越大，下半年网盟也逐步加大了网盟的投放，使得更多的人对医院品牌有了认识。

3、免费推广，从长期发展角度看，我们必须研究搜索引擎，1：和搜索引擎交朋友，搜索引擎可谓是商业网站的桥梁道路，各网站好比各个城市，如果你不符合她的标准，那路肯定不同。讨好搜索引擎的方法就是多学一些“技巧”。2：搜索引擎喜欢原创性的网站，所以我们要不断的充实我们的网站，来吸引蜘蛛，每天作一篇以上的原创文章，坚持更新寻找新的关注点，坚持内容为王。3：研究客户搜索心理，客户喜欢就是搜索引擎喜欢，不要把搜索引擎当做机器，把它人性化，当做你的浏览者来看待，用人的思维去想问题，其实做好研究客户心理是最关键的，因为只要有流量，搜索引擎一定喜欢。4：研究符合网站的关键词编译最佳的短语，以及每个页面标签的写法。5：网站结构优化，可以使得蜘蛛更好的爬行，让蜘蛛更喜欢网站，四通八达会得到更好的收录。6：写锚文本和ALT属性时运用主要的关键字词组。让网站的来访用户与搜索引擎点击部分链接时，帮助他们精准的认知去处。

三、咨询沟通

推广和咨询的完美配合是提升整体实力的保证，对于医院网站来说，一天多预约几个人，预约后能够多到诊几个人，则是重中之重啊。下面就是我的几点提高预约到诊量的经验。

1、预约高峰期：

上午9：30到12点

下午15：00到17：50

晚上：19：30到22：30

2、多寻找预约点。首先电话预约，其次留QQ交朋友。脸皮厚点会有效果的。关怀到一定情况，病人会被打动。

3、回访在患者回访之前，要对患者进行细分。可以根据自己的具体情况进行划分。患者细分完成以后，对不同类别的患者制定不同的回访策略。总言之，回访就是为更好的患者提供预约而服务的。

我们回访的目的是了解患者对我们的单位有什么想法，就诊动向可能性有多大。我们回访的意义是要体现我们的服务，了解患者想什么，最需要什么，重点是什么??

为了在网络上营造更好的口碑和环境，使医院的营业额和品牌达到双上升。我们网络部将在20XX年预计以下推广措施：

1、企划部的各种活动，提前做到网上预热，使活动的效益最大化。

做到医院一旦有新的活动就能立刻展示在网上，让用户知道我们医院又有哪些活动，并展示我院的品牌与形象，增加医院在网络上的口碑和信誉。

2、加大推广力度，寻找更多挖掘客户的渠道，做到凡是有用户想搜索的地方就有我们的广告，全覆盖不放过任何一个有可能的潜在区域。

3、以竞价推广为主，网盟为次，SEO优化为辅，利用问答、博客、论坛、软文推广组成推广系统，尽可能的将我院网站出现在各大搜索引擎的前面3条，增加用户选中的几率，增加用户进入我院咨询的渠道。

4、寻找高质量的外链，提高网站的权重。

5、添加原创性的文章，提高阅读价值。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找