

医院WI-FI⁺ 院内医患场景化互动平台

乐约健康
2016.07.15



目录

- 01 政策调整
- 02 各方影响
- 03 医院场景
- 04 医疗服务
- 05 乐约简介

政策调整

行业诟病带来一系列政策改变，自2009年新医改以来，国家出台一系列**政策推动医药分开**，2012年1月，卫生部部长陈竺表示要在“十二五”期间全面取消以药补医。2015年6月1日，国家发改委取消绝大部分药品政府定价，其中除了对麻醉、第一类精神药品仍暂时保留最高出厂价格和最高零售价格管理。

2014年《关于落实2014年度医改重点任务提升药品流通服务水平和效率工作的通知》要求，零售药店承担医疗机构门诊药房服务和其他专业服务的多种形式的改革；2016年《深化医药卫生体制改革2016年重点工作任务》指出，**禁止医院限制处方外流，患者可自主选择在医院门诊药房或凭处方到零售药店购药。**

政策调整及传播环境对企业的影响

医企利益关系解锁

- 药企与医生的利益关系逐渐解锁，由原来的利益+客情向学术+客情转变。

处方药企业 如何营销？

移动医疗趋势

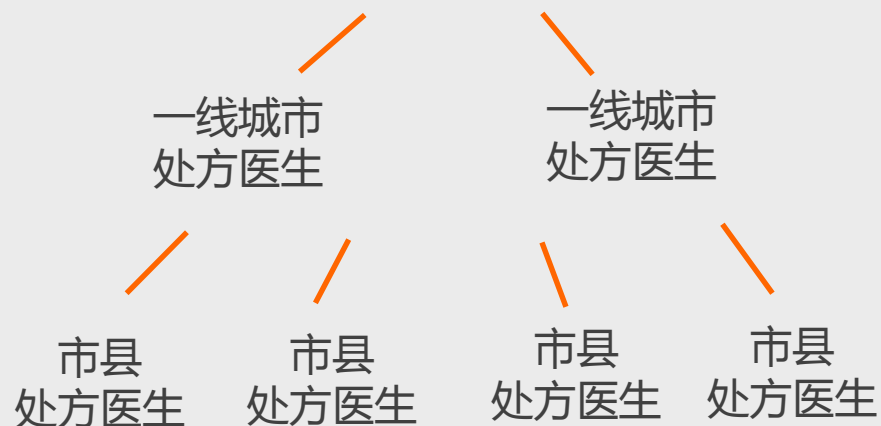
- 互联网技术正为医生、患者和医院的信息互联互通搭建桥梁；
- 技术带来新机会，企业都在积极探索。

大环境双重作用下，处方药企业的传播形式必须积极创新！（既要顺应趋势又要合规）

学术推广形式正在升级

传统方式

KOL



互联网时代

KOL

互联网



互联网时代的学术推广更快速、覆盖更广；时间灵活、空间不受限制、效率提高！

大量患者教育被需求

- 患者购买处方药品多渠道，处方药开放意味着国民健康素质将大幅度提高；
- 消费者转移到网上进行资讯搜索，企业做不做网络营销，消费者已经在那里！

处方药消费 = 医生专业诊断 + 患者健康素质

DTC时代已经来临！

未来处方药传播重点

- ① 优质的内容
- ② 精准分发
- ③ 销售转化的无缝对接

互联网时代，资讯繁杂，获取方便；
传播载体、内容、场所尤为重要！

乐约健康搭建医院场景医患互动平台，实现WI-FI+一体化解决方案。

医院即场景，Wi-Fi即入口



场景是“互联网+”时代的一个形象标签

它通过与用户生活紧密相连，针对用户此时，此刻，此地的需求，提供针对性服务，以此引发用户的兴趣、关注和高度参与。所以，用户在诊疗环节中，医院即场景。

基于医院WI-FI平台运营与精准AP科室定位

可实现在医疗场景内精准对接到不同科室医生和患者。在为患者提供一站式诊疗服务同时，提供更多针对性资讯和服务，以此创造更多有价值的流量。所以，Wi-Fi即入口。

医院场景是医患传播的最佳场所

医生

- 医生在院内时间长，网络需求大，
- 医院场景专业氛围浓，医生较比较专注，吸收效果最好，
- 分科室定投，医生对信息免筛选，院内时间利用率更高。



患者

- 等待时间长，
- 就医问题需要答疑解惑
- 情绪焦虑
- 需要关怀

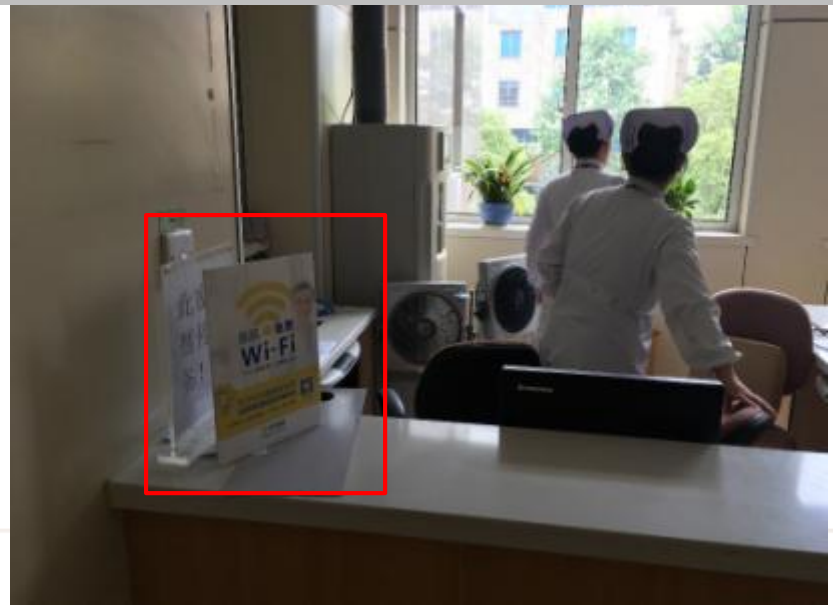
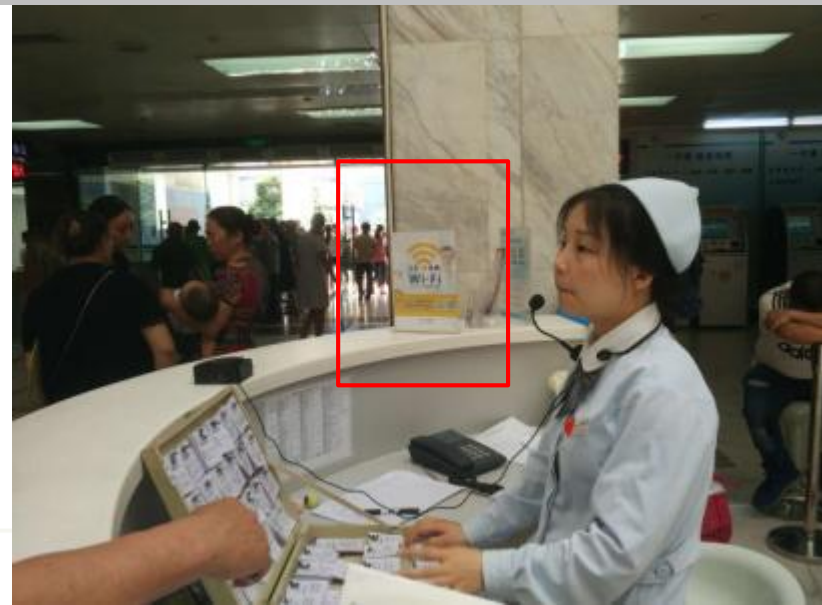
乐约健康-WI-FI⁺移动医疗服务



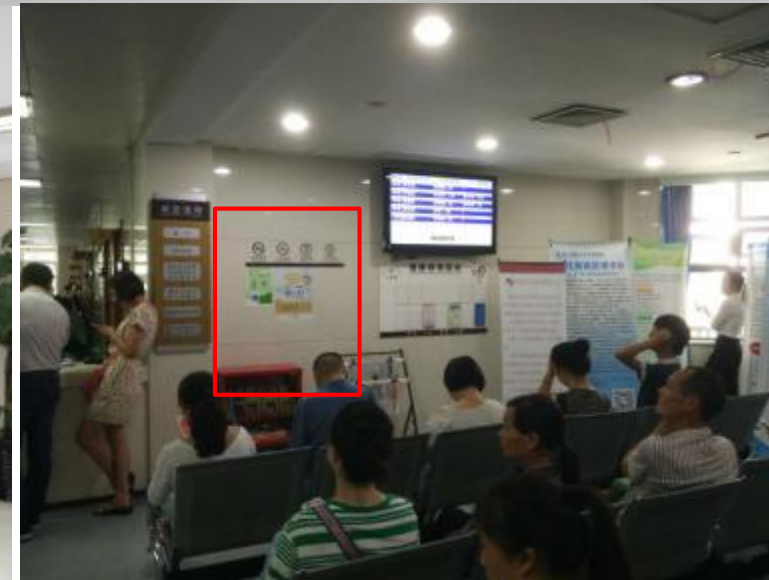
门诊大厅



导医导诊



患教、候诊区



电梯、通道



患者服务

预约挂号

手机支付

化验单推送

排号提醒

健康资讯

疾病知识



为患者，提供挂号、缴费、查询等诊疗全流程服务



预约挂号



排号提醒



手机缴费

为患者，提供挂号、缴费、查询等诊疗全流程服务



化验单查询



费用清单



药品清单

为患者，提供健康资讯和产品



科室页

义诊讲座、患者招募



医生页

专家介绍、资讯推荐

健康科普专区

医护服务

文献查询

热点资讯

视频讲座

会议直播、点播

院内通知





与医生互动建议

- 热点学术俱乐部
- 医学论坛
- 学术征文
- 调研问卷
- 指南共识
- 继续教育
- 网络课堂



科研动态 / 热词推荐



指南查阅



视频讲座



院务通知

医护页展示



在线问卷



社交分享



微信页站外推广

学术会议 医护手机端直播、点播使大会覆盖人数成倍增加

直播、点播覆盖
200家三甲医院，超过**4万**医护人员

大会现场覆盖
医生人数有限



会议关注度历时更长
会议影响面更大
专家资源最大化利用

- 视频直播，随时随地播放
- 视频点播，可存储反复收看
- 地推活动，在200家医院配合宣传

会议微站展现个性化会议信息



个性化建议

- WI-FI地址冠名
- 登录页面
- 网页BANNER
- 问卷调查
- 外链按钮



案例展示



案例1：患者端-品牌展示（辉瑞）

项目目的：

首屏首页品牌强曝光，外链至互动页面；



通过27家全国三甲医院Wi-Fi微网页联动推广，实现高品质精准覆盖与稳定高效的移动传播；
短短6天的测试性投放，即取得了高于行业平均值的执行效果。

点击率远高于1%的行业平均水平



案例2：患者端-病例筛查与教育（辉瑞）



项目目的：

通过疾病自测，发现抑郁症患者，引导重度患者入院治疗，实现线下转化；
建立院内抑郁症患者管理模式；
普及疾病知识，引起大众对精神健康的重视。

项目设计

主页BANNER进入

问答题疾病自测

筛查重度抑郁患者

推荐专家、手机挂号

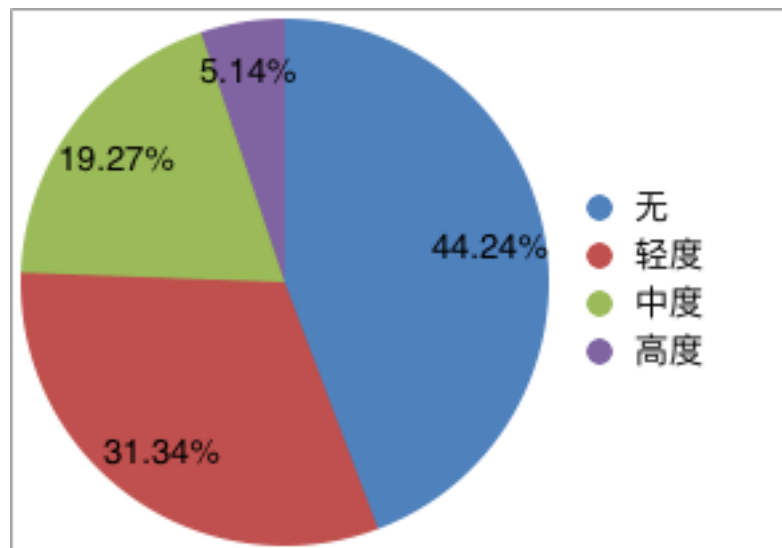
案例2：患者端-病例筛查与教育（辉瑞）

活动执行效果高于行业均值

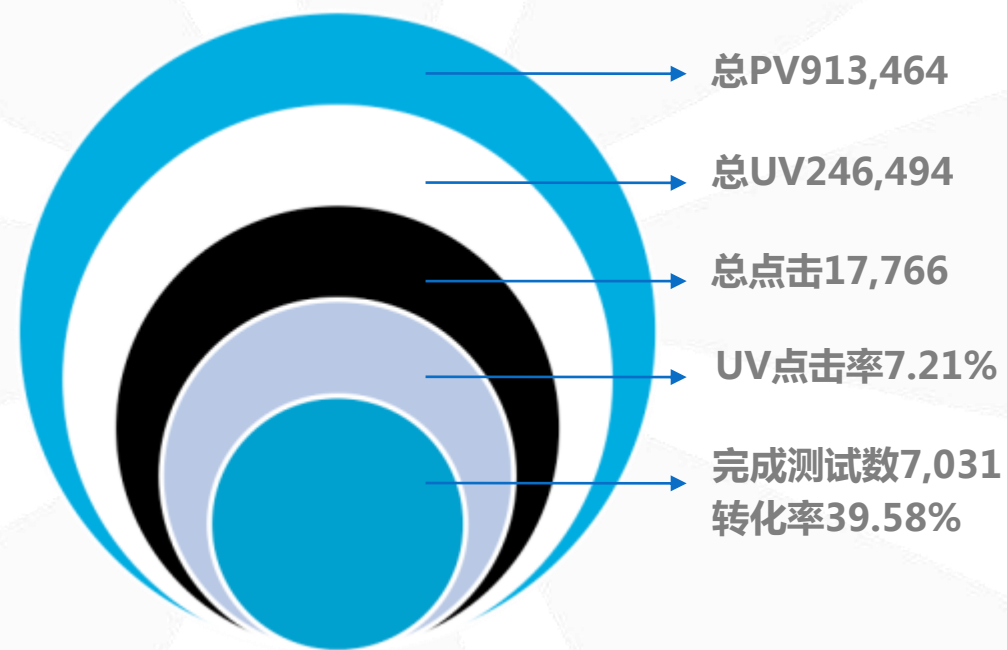
通过50家大型三级医院Wi-Fi微网页联动推广，实现公益活动移动推广最大范围的覆盖和传播

数据真实有效

回收问卷7031份，分析显示5.14%的测试者抑郁指数为高度，与我国抑郁症患病率最高4.1%数值接近。



点击率超过行业平均水平7倍
转化率接近40%



案例3：医护端-指南共识（贝朗医疗）



项目目的：

共识2016：《药物涂层球囊临床应用转过专家共识》
精准投放；最快时间让心血管医生掌握最新介入治疗新手段

2周时间，总点击人数近5千人

案例4-视频广告合作 (名医主刀)



本地化视频投放

视频首页推荐位

视频前贴片

乐约简介



乐约健康-中国领先的WI-FI+一体化就医服务平台

致力于互联网技术在医疗领域的应用；提高就医效率，降低医患矛盾；提升医患友好度，共建和谐医疗环境。



互力传媒

10多年服务千家医院3000电视屏
实现电视与手机“双屏联动”传播



蓝色光标

世界第六大传播集团
中国最大的整合营销集团



掌慧纵盈

国内最大的Wi-Fi 运营商

乐约健康-中国最大的医院互联网入口



综合三甲医院 (部分)

四川大学华西医院、中南大学湘雅医院、上海瑞金医院

北京大学人民医院、中日医院

上海中山医院、上海仁济医院

中国医科大学附属第一医院

武汉大学人民医院、四川省人民医院、黑龙江省人民医院

浙江省中医院、湖北省中医院

重庆西南医院、重庆大坪医院

西京医院、唐都医院

中山大学附属第二医院、广州华侨医院

妇幼保健院/儿童医院 (部分)

北京儿童医院、国际和平妇幼保健院、海淀妇幼保健院

上海国际和平妇幼保健院、上海儿童医学中心、嘉定区妇幼保健院

广州市妇女儿童医疗中心、广东省妇幼保健院(越秀院区)、深圳市妇幼保健院、宝安区妇幼保健院

重庆市妇幼保健院、重庆市妇幼保健院(北部妇产医院)、江津区妇幼保健院、重庆市永川区妇幼保健院

浙江大学医学院附属妇产科医院、郑州市妇幼保健院、开封市妇幼保健院

湖南省妇幼保健院、四川省妇幼保健院、陕西省妇幼保健院

河北省妇幼保健中心、内蒙古妇幼保健院、济南市妇幼保健院、大连市妇女儿童医疗中心、江西省妇幼保健院

吉林省妇幼保健院、宿迁市妇产医院、广西妇幼保健院邕竹院区

新疆维吾尔自治区妇幼保健院、昆明市妇幼保健院

THANKS!

