最新运营中心季度工作计划(大全5篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。什么样的计划才是有效的呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

运营中心季度工作计划篇一

二、做实基础

三农是我们的基础，基础不牢，地动山摇，我参加农信社工作

这三年，正是__农信社大变革的三年，但是在工作中发现，我们在农村工作的基础没有我们想象中的牢固，农户建档与增户扩面工作任重道远，收集的数据如何应用和提升还是大问题，目前体现在三个方面，一是农信社员工真正来自的农村的越来越少，五谷不分，食用菌生产基本流程不熟悉，与农户打交道方式方法差的人大有所在，部分员工素质脱节，二是大量青壮年人员外出务工创业，我们的宣传对接工作做的不实，三是农户建档为完成任务数据材料的收集缺乏加工和分析，我和许同事跟领导们一样，认为做实基础是我们的重中之重。措施一：大走访，了解农民朋友的真正金融需求。

“没有调查就没有发言权，没有调查就发现不了问题”，农户建档工作，就是要我们找准切入点，深入到社区、街道、山村，全面走访辖内客户，了解客户的金额需求，建立目标客户信息档案。掌握了第一手材料，发现金融服务盲区和瓶颈，着手问题的解决。

一是分层次走访，落实责任。信用社主任要亲自走访乡(镇)政府及其职能部门，并重点走访龙头企业、合作社和各村经

济能人和种养殖大户;客户经理要重点走访到村(村“两委”)、到户(农户、个体户等)。二是要认真做好客户的维护和发掘。走访过程中要了解掌握区域经济发展、市场需求和客户的需要，认真听取各方的评价、意见和建议，着力构建紧密互动、互惠共荣的新型客户关系，通过大走访。

措施二：大对接，积极搭建对接平台。

加强社村合作，定期到各村庄巡回宣传、走访，率先让村主干、农村文化管理员、计生专管员等“六大员”使用我们农信社的产品，通过以点带面，全面宣传、推广农信社富农惠民政策和各种业务产品;并积极利用全县333个小额便民点，将便民点打造成为农信社业务宣传推广的前沿阵地。

针对食用菌等农产品生产、加工、贸易规模企业、龙头企业和科技创新型企业，应真正尝试建立联络员制度，为企业配备金融助理(客户经理)，在企业发展过程中从工商办证到银行开户、资金扶持等全流程提供咨询、协调、帮助;让客户真正能在第一时间想到联系我们，需要我们，离不开我们定期向当地党政、监管部门领导勤汇报、勤沟通，在业务发展中努力寻找各单位的支持，强化与县行政服务中心的合作关系，加强沟通联系，为客户提供更加便利、高效、齐全的“一站式”配套服务。

运营中心季度工作计划篇二

为全面了解和准确掌握群众健康状况，同时也为了研究制订卫生发展规划提供科学依据;下面是豆花问答网小编整理的《体检中心第四季度工作计划》，供您阅读,参考。希望您能有所收获!

一、体检目的：

贯彻落实《中华人民共和国职业病防治法》、《职业健康监护技术规范》等法律规定，加强职业病防治工作，有效控制职业病危害，保护作业人员的身体健康，同时体现公司对员工的关怀和重视。

二、体检单位：

宝鸡市高新医院(高新区高新四路南段)。

三、体检项目：

职业健康体检的项目宝鸡市高新医院严格按照《职业健康监护技术规范》确定。

不能以常规体检代替职业健康体检。

四、体检对象：

公司机关人员及特种作业人员。

五、体检时间：

公司安排的参检人员的体检时间计为工作时间。

六、检前准备：

办公室于实施体检前15天将拟参加体检人员的资料(姓名、性别、出生年月、身份证号码、岗位等)传送至宝鸡市高新医院，由宝鸡市高新医院制定详细的体检方案，并针对性地配发职业健康检查表、检验/检查报告单。

办公室提前2天将《职业健康检查表》发送给参检员工，并告知应知事项(空腹参检、注意交通安全等)。

七、结果处理：

体检后办公室派人至体检单位领取职业健康检查结果报告，并在个工作日内将体检结果告知全体参体员工，员工签字确认，也可至办公室复印体检结果留存。

发现职业禁忌或者有与所从事职业相关的健康损害的员工，将及时调离原工作岗位，并妥善安置。

对需要复查和医学观察的员工，公司按照体检机构要求的时间，安排其复查和医学观察。

为保障我校学生身体健康，根据县卫生局、教育局、物价局、财政局《中小学生健康体检实施方案》的有关精神，结合我县实际将2020年学生健康体检工作方案制订如下。

3.学校针对学生整体体检报告反映出的问题提出具体改进措施，并落实;对问题学生协助家长进行跟踪监测，有效改善学生的健康状况，促进广大学生健康成长。

二、体检对象

我校全体学生。

三、健康体检项目

(一)必检项目

1.病史询问

2.内科常规检查：心、肺、肝、脾;

3.眼科检查：视力、沙眼、结膜炎、色觉(新入学学生);

4.口腔科检查：牙齿、牙周;

5.外科检查：头部、颈部、胸部、脊柱、四肢、皮肤、淋巴

结;

6.耳鼻咽喉科检查：耳、鼻、扁桃体;

7.形体指标检查：身高、体重、胸围、肺活量检测;

8.生理功能指标检查：血压;

9.实验室检查：结核菌素试验(此项为小、初入学新生必检)

(二)必要时检查项目：(由学校根据在校学生情况确定)

1.肝功能：谷丙转氨酶、胆红素

2.血常规检查;

3.血型：小学入学新生;

四、经费来源及收费标准

根据文件规定，义务教育阶段学生体检费用纳入学校公用经费开支，不得向学生收取。

五、组织实施

体检流程：

1.一年级外，其他年级班主任到保健室领取各班体检卡

2.为了使体检工作安全有序进行，班主任提前对学生进行文明安全教育。班主任和科任教师到现场维持秩序。(安排两名护导员维持秩序与通知班级下来体检)

3.学生体检完毕，班主任收好体检卡交给学校。

4.体检顺序(由班主任组织学生，科任教师协助，校医跟进体检进展情况)

未轮到体检的班级正常上课，等候校医通知。体检时，当堂的任课教师要主动积极配合班主任做好学生体检的组织工作。

一、体检中心业务规划

设立体检中心主要是对个体进行健康检查和健康管理。定期的体检可以对个人健康问题提出预警，阻止疾病发生或延缓。也可以早期发现身体异常，早期治疗。这不但可以提高人民群众的生活质量，而且可以节省医疗资源，具有明显的社会效应。根据我院的现有资源和实际情况，在原有的常规体检和健康管理基础上，积极开展特色服务项目。

1.传统健康体检(针对疾病的、传统的检查项目)

(1)门诊个体体检。采取不同年龄、性别、职别和价格有针对性和个体化体检方案。

(2)团体体检(工矿、企业公司、事业机关单位等)。根据人民群众的各种不同需求制定各种体检套餐(具体哪几种)，由各单位或个人自由选择。

(3)行业体检(食品、药业、劳动、学校和参加工作等。

(4)特种体检(招兵、招生、入学等)。

2.特色健康风险评估

建立个人健康档案，形成专业体检汇总报告及健康测评，出具专家健康意见和保健建议，设立健康咨询热线。做到体检有结果，测评有结论，评估有报告，咨询有解答，就医有指南。

3.专业功能检测

(1)视力、听力检测和体能检测。

(2)心功能检测、肺功能检测。

(3)内分泌功能检测。

(4)儿童生长、发育检测。

4.特殊医学问题检测

(1)肝炎病毒感染。

(2)hiv病毒感染初筛

(3)支原体与衣原体感染。

(4)肿瘤标志物筛查。

(5)慢性病与职业病筛查。

(6)高血压、高血脂病监测。

(7)血糖与糖尿病监测。

二、体检中心岗位设置

体检中心主任1人，总检医生1人，护士组长1人，专职体检护士4人，文员1人。

三、工作管理与绩效考核

建立以工作岗位性质、技术含量和风险程度、服务数量与质量等要素为主要依据，以服务效率、服务质量、群众满意度

为主要内容的综合目标管理责任制考核体系，通过进一步完善绩效工资考核办法，提高体检服务质量和效率，提高医院的社会效益。通过成本核算与控制，优化资源配置，促进增收节支，提高医院的经济效益。逐步建立按岗取酬、按工作业绩取酬的分配机制，充分调动各级各类人员的工作积极性和劳动创造性。依照《体检中心目标责任制实施办法》，对参加体检的科室与医护人员进行考核，适当提高工作奖励标准，促进体检人员的工作积极性。

四、存在问题与解决思路

(1)目前体检中心无主检医生和固定体检医技人员，临时抽调存在难召集、难管理、时间难掌控的问题，经常有迟到早退现象。体检医技人员更换频繁，无归属感，责任感不强，难以为体检者提供满意服务。

(2)参加体检的医护人员和导医资质浅，临床经验有限，缺乏与体检者更好地交流沟通，难以发挥高端体检的全方位服务。

(3)合作科室参与意识不强，零散体检不够便捷。特别是小专科难以做到体检和门诊分开，如眼科、五官科等不能派人常驻体检中心，导致零散体检对象有抱怨不满现象。

(4)体检中心彩超机、心电图仪等设备目前尚未配齐。

(5)市场营销问题。随着我们体检业务的开展和扩大，对技术、管理和营销的高级人才将会有持续的需求，目前我们尚未配备专门的市场营销人员，捕捉市场信息、开拓市场方面有待进一步提高，健康体检宣传力度需要加强。

今年体检中心的任务目标是在去年的基础上翻一番，任务艰巨。在加强体检中心内部管理的同时，需要外联部充分发挥作用，必要的市场营销不可或缺。

在院领导与护理部的正确指导下，科主任的带领下2018年体检中心护理工作以抓好护理服务质量为核心，围绕医院的发展规划。体检中心本着“打造精品”为目标，以健康管理为中心，加强对外交流与合作，完善服务流程，扩大市场营销，把我院体检这快业务做大做强。希望院领导关心和支持我们的工作。

一、加强护士在职教育，提高护理人员的综合素质

1、重点加强对新入科护士、聘用护士、低年资护士的考核，强化她们的学习意识，计划上半年以强化基础知识培训为主，加强专科技能的培训：优质服务的培训、体检套餐制定的培训、系统软件操作的培训、仪器操作的培训、检后服务培训、检后知识讲解等，要求所有护士全部熟练掌握。

2、强化医院相关知识的学习掌握，组织进行一次规章制度及法律法规的培训、理论考试与临床应用相结合，检查遵章守规的执行情况。

二、更新专业理论知识，提高专科护理技术水平。

随着护理水平与医疗技术发展不平衡的现状，科室组织学习专科知识，如遇开展新技术项目提高体检档次，可通过请专业人士授课、检索文献资料、外出参观学习等形式。同时，有计划的选送部分护士外出进修、学习，提高学术水平。

二、加强护理管理，提高护士水平

1、举办一期科室护士学习班，主要是讲讲培训感想，更新理念、技巧及护理服务中人文精神的培养，当今社会人群对护理的服务需求,新的一年护理工作展望以及与护士长感情沟通交流等。

2、促进护士长及科室间的学习交流，每季组织护理质量交叉

大检查，并召开护士工作经验交流会，借鉴提高护理管理及服务水平。

三、加强护理质量过程控制，确保护理工作安全、有效

1、继续实行护理质量管理体系，尤其是需开发提高护士发现问题，解决问题的能力，同时又要发挥科室质控小组的质管作用，明确各自的质控点，增强全员参与质量管理的意识，提高护理质量。

2、建立检查、考评、反馈制度，设立可追溯机制，主任领头深入科室检查、督促、考评。

考评方式以现场考评护士、体检人员反馈意见，发现护理工作中的问题，提出整改措施。

三、加强护理服务过程中的安全管理：

1、继续加强护理安全监控管理，科室每月进行护理安全隐患查摆及做好护理差错缺陷、护理投诉的归因分析，多从自身及科室的角度进行分析，分析发生的原因，应吸取的教训，提出防范与改进措施。对同样问题反复出现的个人，追究护士长管理及个人的有关责任。

2、严格执行查对制度，强调二次核对的执行到位，加强对导诊、分诊、诊室的管理，明确体检中的安全管理责任，杜绝严重差错及事故的发生。

3、强化护士对科室硬件设施的常规检查意识,平时加强对性能及安全性的检查，及时发现问题及时维修，保持设备的完好。

四、深化亲情服务，提高服务质量

1、在培养护士日常礼仪的基础上，进一步规范护理接待用语，培养护士树立良好的职业形象，加强对每位护士考评制度，定期进行抽查、培训、总结，年终评比评出第一、二、三名。

2、注重收集护理服务需求信息，通过了解回访卡意见、与门诊和体检中人员的交谈，发放满意度调查表等，获取病人的需求及反馈信息，及时的提出改进措施，同时对护士工作给予激励，调动她们的工作积极性。

五、护理组与市场组的有效交接工作

1、加强护理组与市场组的共同学习：

套餐的制作（人人都会）

2、加强导诊护士与各部经理对接工作，制定出合理有效的对接方式。

a□体检人员登记资料的准备

b□提前通知：体检机构、人数、时间、套餐价位 c□套餐的制定

d□检后报告的发放登记等

3、加强检后服务（知识讲解高血压、高血脂、糖尿病类等）

六、保洁人员的培训

1、医院规章制度培训

2、岗位职责培训

3、一般作业的操作程序和原则培训

4、保洁过程中的注意事项

5、常用清洁剂的认识与使用

6、常用工具的认识及使用

7、清洁的内容及标准

学校体检中心季度工作计划范文多篇

煤矿季度工作计划

财务部季度工作计划

物业季度工作计划

护士长季度工作计划

运营中心季度工作计划篇三

1.运营要点：产品质量无疑在消费者心中无形建立一种信任，对于产品质量当然是关键，还需要有美观的`形象出现消费者眼前，对于页面设计需要更加美观大方。需要练好内功的基础上，把握住有利的资源，更为重要，现在买家越来越成熟理性，我们应该在拥有流量的前提下精心做好店铺的内功，再以多渠道的方式引入更多优质的流量，从而提高转化率。跟踪客户会员信息，尽可能多做客户回访，建立会员关系信息。建立口碑回头客。做大型活动前的预告信息通知。

2.营销手法：整体营销策略：集中利用淘宝系统推广方式，发掘潜力热销产品并大力推广，利用热销品拉动整体销售，优化销售各个环节，树立公司形象，尽量避免客服沟通成本，逐渐建立口碑。产品营销设计：产品在整体营销中要有两类，分别是销售拉动型跟利润贡献型，销售拉动型要考虑产品购

买量，在产品利润上可以做到微利;利润贡献型要考虑到产品品牌、竞争情况等因素，保证整体营销的利润。利用八二原则来说，我们的80%流量是由20%的拉动型产品带来的，而我们的80%的销售业绩是有20%的利润贡献型产品带来的。产品营销分为培育期，成长期、成熟期三个阶段，充分考虑羊群效用，寻找一切可以快速拉动新品销售热度的推广方式，在不同时期实现不同的价值。

4.成长期：是指产品销量稳定并利用客户搜索跟直通车可以自然带动销售时，这时期主要工作是巩固产品的推广，并冲击淘宝人气搜索的前十名。

5.成熟期：是指产品处于同类产品的销量前五名，搜索在前五位可以看到，通过搜索的自然流量就可以稳定产品销售，这个时期的主要工作就是改为通过搭配跟描述中产品推广来拉动下一拨热销品的销售。提高产品连带，提升客单价。

6. 客户维护策略：对于客户细分为钢丝客户跟一般客户，钢丝客户要通过qq群或者旺旺群等紧密绑定，让他们成为我们新品的首批购买推动者跟口碑推广者，一般客户通过定期的邮件或者短信进行营销，吸引客户二次消费。(需要客服人员完成)

7.产品价格营销策略：尽量不进行价格战营销，老客户的打折优惠可使用vip制度，对所有人价格公平，商城正常销售最低折扣不低于7折（淘金币、双11大促除外）

店铺装修方面，先解决内部视觉设计为先，页面设计相当重要，应该给予消费者一个清晰明了的页面设计效果，再给予铺垫式的推广手法，短时间内提升知名度，增加收藏量，提升转化率。

运营中心季度工作计划篇四

下面是东星资源网小编整理的学校体检中心季度工作计划范本多篇，供您阅读，参考。希望您能有所收获！

为保障我校学生身体健康，根据县卫生局、教育局、物价局、财政局《中小学生健康体检实施方案》的有关精神，结合我县实际将2020年学生健康体检工作方案制订如下。

3.学校针对学生整体体检报告反映出的问题提出具体改进措施，并落实；

对问题学生协助家长进行跟踪监测，有效改善学生的健康状况，促进广大学生健康成长。

二、体检对象

我校全体学生。

三、健康体检项目

（一）必检项目

1.病史询问

2.内科常规检查：心、肺、肝、脾；

3.眼科检查：视力、沙眼、结膜炎、色觉（新入学学生）；

4.口腔科检查：牙齿、牙周；

5.外科检查：头部、颈部、胸部、脊柱、四肢、皮肤、淋巴结；

6.耳鼻咽喉科检查：耳、鼻、扁桃体；

7.形体指标检查：身高、体重、胸围、肺活量检测；

8.生理功能指标检查：血压；

9.实验室检查：结核菌素试验（此项为小、初入学新生必检）

（二）必要时检查项目：（由学校根据在校学生情况确定）

1.肝功能：谷丙转氨酶、胆红素

2.血常规检查；

3.血型：小学入学新生；

四、经费来源及收费标准

根据文件规定，义务教育阶段学生体检费用纳入学校公用经费开支，不得向学生收取。

五、组织实施

体检流程：

1.一年级外，其他年级班主任到保健室领取各班体检卡

2.为了使体检工作安全有序进行，班主任提前对学生进行文明安全教育。班主任和科任教师到现场维持秩序。（安排两名护导员维持秩序与通知班级下来体检）

3.学生体检完毕，班主任收好体检卡交给学校。

4.体检顺序（由班主任组织学生，科任教师协助，校医跟进体检进展情况）

未轮到体检的班级正常上课，等候校医通知。体检时，当堂的任课教师要主动积极配合班主任做好学生体检的组织工作。

一、体检目的：

贯彻落实《中华人民共和国职业病防治法》、《职业健康监护技术规范》等法律规定，加强职业病防治工作，有效控制职业病危害，保护作业人员的身体健康，同时体现公司对员工的关怀和重视。

二、体检单位：

宝鸡市高新医院（高新区高新四路南段）。

三、体检项目：

职业健康体检的项目宝鸡市高新医院严格按照《职业健康监护技术规范》确定。

不能以常规体检代替职业健康体检。

四、体检对象：

公司机关人员及特种作业人员。

五、体检时间：

公司安排的参检人员的体检时间计为工作时间。

六、检前准备：

办公室于实施体检前15天将拟参加体检人员的资料（姓名、性别、出生年月、身份证号码、岗位等）传送至宝鸡市高新医院，由宝鸡市高新医院制定详细的体检方案，并针对性地配发职业健康检查表、检验/检查报告单。

办公室提前2天将《职业健康检查表》发送给参检员工，并告知应知事项（空腹参检、注意交通安全等）。

七、结果处理：

体检后办公室派人至体检单位领取职业健康检查结果报告，并在个工作日内将体检结果告知全体参体员工，员工签字确认，也可至办公室复印体检结果留存。

发现职业禁忌或者有与所从事职业相关的健康损害的员工，将及时调离原工作岗位，并妥善安置。

对需要复查和医学观察的员工，公司按照体检机构要求的时间，安排其复查和医学观察。

一、体检中心业务规划

设立体检中心主要是对个体进行健康检查和健康管理。定期的体检可以对个人健康问题提出预警，阻止疾病发生或延缓。也可以早期发现身体异常，早期治疗。这不但可以提高人民群众的生活质量，而且可以节省医疗资源，具有明显的社会效应。根据我院的现有资源和实际情况，在原有的常规体检和健康管理基础上，积极开展特色服务项目。

1.传统健康体检（针对疾病的、传统的检查项目）

（1）门诊个体体检。采取不同年龄、性别、职别和价格有针对性和个体化体检方案。

（2）团体体检（工矿、企业公司、事业机关单位等）。根据人民群众的各种不同需求制定各种体检套餐（具体哪几种），由各单位或个人自由选择。

（3）行业体检（食品、药业、劳动、学校和参加工作等。

（4）特种体检（招兵、招生、入学等）。

2.特色健康风险评估

建立个人健康档案，形成专业体检汇总报告及健康测评，出具专家健康意见和保健建议，设立健康咨询热线。做到体检有结果，测评有结论，评估有报告，咨询有解答，就医有指南。

3.专业功能检测

（1）视力、听力检测和体能检测。

（2）心功能检测、肺功能检测。

（3）内分泌功能检测。

（4）儿童生长、发育检测。

4.特殊医学问题检测

（1）肝炎病毒感染。

□2□hiv病毒感染初筛

（3）支原体与衣原体感染。

（4）肿瘤标志物筛查。

（5）慢性病与职业病筛查。

（6）高血压、高血脂病监测。

（7）血糖与糖尿病监测。

二、体检中心岗位设置

体检中心主任1人，总检医生1人，护士组长1人，专职体检护士4人，文员1人。

三、工作管理与绩效考核

建立以工作岗位性质、技术含量和风险程度、服务数量与质量等要素为主要依据，以服务效率、服务质量、群众满意度为主要内容的综合目标管理责任制考核体系，通过进一步完善绩效工资考核办法，提高体检服务质量和效率，提高医院的社会效益。通过成本核算与控制，优化资源配置，促进增收节支，提高医院的经济效益。逐步建立按岗取酬、按工作业绩取酬的分配机制，充分调动各级各类人员的工作积极性和劳动创造性。依照《体检中心目标责任制实施办法》，对参加体检的科室与医护人员进行考核，适当提高工作奖励标准，促进体检人员的工作积极性。

四、存在问题与解决思路

（1）目前体检中心无主检医生和固定体检医技人员，临时抽调存在难召集、难管理、时间难掌控的问题，经常有迟到早退现象。体检医技人员更换频繁，无归属感，责任感不强，难以为体检者提供满意服务。

（2）参加体检的医护人员和导医资质浅，临床经验有限，缺乏与体检者更好地交流沟通，难以发挥高端体检的全方位服务。

（3）合作科室参与意识不强，零散体检不够便捷。特别是小专科难以做到体检和门诊分开，如眼科、五官科等不能派人常驻体检中心，导致零散体检对象有抱怨不满现象。

（4）体检中心彩超机、心电图仪等设备目前尚未配齐。

（5）市场营销问题。随着我们体检业务的开展和扩大，对技术、管理和营销的高级人才将会有持续的需求，目前我们尚未配备专门的市场营销人员，捕捉市场信息、开拓市场方面有待进一步提高，健康体检宣传力度需要加强。

今年体检中心的任务目标是在去年的基础上翻一番，任务艰巨。在加强体检中心内部管理的同时，需要外联部充分发挥作用，必要的市场营销不可或缺。

一、体检目的：

贯彻落实《中华人民共和国职业病防治法》、《职业健康监护技术规范》等法律规定，加强职业病防治工作，有效控制职业病危害，保护作业人员的身体健康，同时体现公司对员工的关怀和重视。

二、体检单位：

宝鸡市高新医院（高新区高新四路南段）。

三、体检项目：

职业健康体检的项目宝鸡市高新医院严格按照《职业健康监护技术规范》确定。

不能以常规体检代替职业健康体检。

四、体检对象：

公司机关人员及特种作业人员。

五、体检时间：

公司安排的参检人员的体检时间计为工作时间。

六、检前准备：

办公室于实施体检前15天将拟参加体检人员的资料（姓名、性别、出生年月、身份证号码、岗位等）传送至宝鸡市高新医院，由宝鸡市高新医院制定详细的体检方案，并针对性地配发职业健康检查表、检验/检查报告单。

办公室提前2天将《职业健康检查表》发送给参检员工，并告知应知事项（空腹参检、注意交通安全等）。

七、结果处理：

体检后办公室派人至体检单位领取职业健康检查结果报告，并在个工作日内将体检结果告知全体参体员工，员工签字确认，也可至办公室复印体检结果留存。

发现职业禁忌或者有与所从事职业相关的健康损害的员工，将及时调离原工作岗位，并妥善安置。

对需要复查和医学观察的员工，公司按照体检机构要求的时间，安排其复查和医学观察。

一、指导思想：

以新体检中心投入使用为契机，本着“打造精品”的目标，以健康管理为主线，以肿瘤筛查为重点，加强对外交流合作，依托医院强势品牌，完善服务流程，扩大市场营销，在加强团检的同时，重点培育高端和普及低端两极体检市场，在坚持以社会效益为前提的原则下，共同创造更大的经济效益。

二、具体措施：

（一）调整营销策略，多层次开辟体检市场。

1、加强与体检单位的联系，巩固和开辟团检市场。以医院为

依托，在稳定原有客户的基础上，开拓银行系统等新的客户群。

2、以疾病筛查及预防为重点，全力做好健康体检和专病筛查工作。在继续做好团检和个人健康体检的基础上，重点来院病人直系亲属疾病的筛查工作，同时，加强原始数据信息的收集与整理。做好回访工作。

3、建立vip客户网络，开辟高端体检市场。利用于医院客服中心，开展在线咨询答疑、健康关怀服务。条件成熟时也可尝试携程服务模式，实现包括24小时预约挂号、住院等服务在内的多种就医需求和全方位的个性化健康管理服务。

4、加强市场营销，建立健康俱乐部，引进健康保健设施，开展集健康体检、亚健康调理、康复疗养于一体的养生保健服务，培育健康体检中心新的经济增长点。

（二）拓展体检服务内容，树立独具特色的体检品牌。

1、优化以客为尊的作业流程，推行感动服务。即：通过感觉（从进入体检中心，让体检者感觉到热情周到）--感受（通过体检全程服务确实感受很好）--感情（通过检后服务，建立朋友关系）三个层次层层推进，使顾客把医院当成生活和情感的一部分，让顾客感受到回家的感觉，感觉到医有所值，营造顾客满意的境界。

2、组建高素质的体检导诊队伍，开展特需服务。拟招聘用1-2名年轻学生进行健康知识、仪表、礼仪等知识培训，规范行为举止，通过良好的品质、娴熟的技术，亲切的态度和广博的知识为体检者提供人性化服务，使每个来中心体检的客户都能感受到细心、温馨和关爱。增加客户忠诚度，逐步树立口碑效应，建立品牌形象。

3、建立健全健康管理系统，打造完善的客户服务平台。在继

续做好检后免费上门答疑及针对性健康讲座服务、团队健康状况的汇总分析的基础上，拟利用体检信息系统，开展系列短信活动（会员咨询、医患互动、预约就医、会员关怀问候等），为体检者开通更多与医院互动的通道，将医院对体检者无微不至的关怀、医务工作者贴心的解答、医院的社会公众形象完全传递给社会大众。同地，开展健康评估、跟踪服务，为企事业单位的员工以及家庭提供从生活方式管理、疾病管理和就医管理等方面全方位的健康管理服务。

4、加强体检队伍建设，提高整体素质。本着“打造精品”的目标，实现规范化管理，确保体检的质量。注重科室文化培养，逐步使创新精神、实干精神和精诚团结同心向上的团队精神成为科室发展源动力，以愉快工作实施品质服务。

5、加强硬件投入，全面提升体检服务水平。申请改建扩建现有体检中心规模，增加体检设备投入，完善体检信息系统，以舒适的体检环境、精尖的检测设备、优化的体检流程、一站式的优质服务满足不同体检客户的需求。从而达到与合作医疗机构客户服务的无缝对接。

快读读，不要走宝了。

体检中心季度工作计划模版

学校安全教育季度工作计划范文

煤矿季度工作计划

财务部季度工作计划

物业季度工作计划

运营中心季度工作计划篇五

一、 进一步加强指导思想

坚持落实管理、落实制度，按照卫生行政主管部门《消毒技术规范》、《医疗护理操作技术常规》等的要求，进一步解放思想、转变观念、规范管理、搞好服务。积极推行供应室管理机制、管理方法和科技创新、服务创新，不断加强“全心全意为临床服务”的观念，切实搞好以临床为心的优质、规范化服务。

二、质量控制保障安全

长反馈，对薄弱环节提出整改措施并组织实施。

三、强化科室管理，提高安全意识

按规操作，按章办事，以质量求发展。强化可是质量管理意识，强化每位护士的安全工作意识，认真做好消毒灭菌工作。严格无菌技术做做，提升消毒隔离知识新理念。

分工不同，根据卫生行政部门对消毒供应室的管理要求，结合供应室的组建，科室将修改和完善各项规章制度，并根据供应室的实际情况完善质量管理文件，规范各项工作程序，做到日有检查，月有计划，年有目标。使各环节工作有记录，质量检测有规范，且根据质控中存在的问题不断提出改进措施。