# 最新医院妇女节活动主持词(5篇)

来源：网络 作者：前尘往事 更新时间：2024-06-28

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。医院妇女节活动主持词篇一模拟医院背景：三甲资质、综合性医院，在当地有一定的知...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**医院妇女节活动主持词篇一**

模拟医院背景：

三甲资质、综合性医院，在当地有一定的知名度和美誉度，主打科室是内科、外科、皮肤科。妇科相对而言处于弱势，比二甲医院的妇科优势在主治医师和设备上。

策划目的：

“三八”妇女节，历来是各家医院的阵地战，营销手法也层出不穷，主题活动集中在捐赠、义诊、妇科检查、治疗优惠这四个方面，也就是促销活动，但是现在各家医院都是这样做，一来没什么创意，二来，对消费者来说没什么大的吸引力，如何在目前竞争日趋激烈的境况下，作出创新?我想，应该用异业整合的`方式去运作提升医院的品牌价值和内涵,扩大医院在当地的社会影响力，提高医院在女性消费群体中的知名度和美誉度。

主办单位：xx市妇联、xx市卫生局

承办单位：xx医院

协办单位:xx保险公司xx银行xx学校

媒体宣传单位：《瑞丽》杂志《人人健康》杂志xx晚报xx报纸健康资讯周刊xx市级电视台xx省级电视台xx省级移动电视台。

1、3月1日-8日，推出妇科体检优惠卡与当地妇女杂志或报纸牵手，如果是福州，那么优先选择《福州日报》等以夹页方式送达读者当中，同时在大众媒体版面上做广告、软文宣传。同时，在当地电视中以新闻方式做其宣传。通过活动，吸引城市的女性群体参与到医院组织的活动中来，认可医院，接受医院;

2、3月7日是女生节，借这个时机通过校园pr活动，把潜在女性消费者培养为后备消费者，因为医院经营周期相当长，要抢先提前培训3年-5年后的女性消费群体的医院品牌意识，并由此挖掘学校老师这个消费群体。

3、各大银行或者保险公司都针对女性消费群体有专门的理财产品或者是保险产品。银行或保险公司的业务员和工作人员很多都是女性，将妇科项目与意外保险项目进行互动整合，同步影响两大消费群体，保险公司女性职员和她的女性医疗保险客户

4、3月8日各单位大都给女性放半天假，也就是下午。传统的优免活动不能丢，因为别人都在做，你不做，就会失去市场，但是作为一家综合性医院，不能像妇幼保健院一样以妇联、卫生局名义做健康普查，也不能以专门女性医院那样，为少数人服务，所以，应该以大面积宣传小范围运作，给特定的消费群体打造特定的项目

5、3.8是妇女节，在这个节日当中，作为男性来说，多多少少会有不平衡，而且，在此时，很少有媒体或者单位对男性进行关注和关怀。那么针对这种现象，医院推出和谐家庭卡通过3月8日来我院就诊的女士的手，将这个卡送达到其与她关系不错的男性手中，在随后的周六或周日，进行男性关爱专场活动。

第一阶段：导入期2月15日-3月8日

结合我院为综合性医院的性质，加之三八妇女节的特点，在“以我为主，借市造势”的前提下，借助媒体的社会影响力对项目进行充分的形象塑造和环境包装，而我院将在活动进行的同时融入相应的促销活动，同时并借活动本身进行的宣传炒作，将医院的实力、服务特色、专家设备等进行充分宣传，利用新闻炒作和自身夹报炒作，造势驱动活动顺利开展。

宣传目标：节日促销活动前的新闻铺垫和市场预热，全力塑造物业形象，引发目标受众关注，造市并营造好现场气氛。

宣传手法：导入此次活动的核心主题“健康女人，幸福长伴”。推广“健康就是幸福”这个概念

宣传策略：

1、在当地主流大众平面媒体的健康版块，设立专栏，以医院健康咨询师的名义发布女性健康饮食等信息

2、在当地主流大众平面媒体进行相关软文的投放，辅以少量的硬性广告

3、在3月6、7、8日三天在当地电视媒体以新闻形式进行宣传造势，因为新闻相对于广告来说，成本低而且观众容易相信，信息的到达率也要比广告高得多

4、拓展延伸：与当地或知名的女性杂志，比如《瑞丽》或者是健康类杂志联手，以订阅册数换取版面的方式，比如订阅200册，换取四个版面。其中两个版面做医院形象宣传，另外两个版面以杂志右侧竖条广告的形式做6页活动宣传，在封二版面粘帖我院制作的优惠卡，凭卡在我院就诊享受优先挂号、挂号费减免、免费妇科检查等优惠内容。订阅的杂志用于医院赠与医院的女性大客户

5、本着“互惠互利，三方受益”的原则，与其他单位合作，在宣传我院的同时，给合作单位的女职工以优惠，凭合作单位的工作证，来我院就诊的病客可享受挂号费减免等优惠政策，或者赠以小礼品作为促品促销

第二阶段：升温期2月25日-3月5日

医院这个项目，运营周期长，且带有有明显的区域特征。三八妇女节这个活动是短期行为，要确立“速战速决”的指导思想，三八节一过，谁还拿妇女节做文章?同时，医院也有自身的业务，不能让三八节活动拖累。但对整个医院来说，要有着打持久战的准备。根据市场升温这一时期的特点，着手建立强有力的推广、sp活动。

阶段目标：在第一时间，抢占市场占有率。

营销策略：

宣传策略：以报纸、电视广告为主，事件行销为辅，提供更多便利优惠就医条件针对主要卖点做纯导医式广告，与现场活动有力配合，同时发挥软性文章与新闻炒作的感性诉求配合宣传，达到就医热潮之目的。

sp活动：

1、与当地银行联手，三八节期间，凡是合作单位银行卡女性用户，来我院就诊时，如遇所带诊金不够，那么可以进行分期付款针对合作单位女性职工，以团体妇科健康检查方式，对其进行优惠互利。

2、与当地保险公司联手，将妇科项目与意外保险项目进行互动整合。也就是说，以妇科检查优惠卡和意外保险卡互动赠与保险业务员和她的客户。同步影响两大消费群体，保险公司女性职员和她的女性医疗保险客户

3、与省图进行合作，在3月5日、8日进行女性健康专题讲座。吸引知性女性到省图听讲座，在案场发放我院所制作的宣传资料和优惠卡

第三阶段：主推期3月6日-3月8日

阶段目标：提升形象，强调服务

阶段目的：通过前两阶段的销售反馈总结经验，做出各方面的快速调整，包括价格、付款办法、促销手法、宣传包装等，务求可以更切合市场需求，此阶段的宣传速度可以适时放缓，承接第一阶段所建立的声誉逐步达到阶段目标。

营销策略：

宣传方式：以报纸广告为主，以形象广告、证言方式、卖点广告、催促式广告形成投放促销广告，同时配合短程促销活动，解决实际中存在的问题与矛盾。

sp活动：

1、3月7日女生健康校园行活动

活动主题：关爱女生健康，共享幸福人生

3月7日是女生节，借这个时机通过校园pr活动，把潜在女性消费者培养为后备消费者

2月10日前，与校园社团进行洽谈，确立活动主题，策划方案，制作相应的pp袋、易拉宝等宣传用品

2)在3月7日、8日抽调医院妇科医师、保健师在合作学校内进行健康科普宣传、女性健康专题讲座，并现场对女生发放优惠卡活动。

**医院妇女节活动主持词篇二**

新年刚过春天到来，女性朋友们都沉浸在喜悦和规划新一年起点中，在此时，抓住女性朋友们欢快的心情，同时又在给她们送上专属女性朋友自己的节日祝福和礼品，用美丽、青春、年轻和健康时尚去吸引她们的眼球，主要有以下几点方案：

1、3月1日-8日，推出妇科体检优惠卡与当地妇女杂志或报纸牵手，优先选择在医院自办的月刊上在第二页打广告、送折叠小读本，其次选择贵阳各报刊、杂志读物媒体等以夹页方式送达读者手中，同时在大众媒体版面上做广告、软文宣传。另外，在当地电视中以新闻方式做其宣传。通过活动，吸引林城的女性群体参与到医院组织的活动中来，认可医院，接受医院，达到宣传医院的目的。

2、3月7日是女生节，借这个时机走进校园做活动，把潜在女性消费者培养为后备消费者，因为医院经营周期相当长，要抢先提前培训3年-5年后的女性消费群体的医院品牌意识，并由此挖掘学校老师这个消费群体。

3、各大银行或者保险公司都针对女性消费群体有专门的理财产品或者是保险产品。银行或保险公司的业务员和工作人员很多都是女性，将妇科项目与意外保险项目进行互动整合，同步影响两大消费群体，保险公司女性职员和她的女性医疗保险客户，整合其它公司企业共同的需要互相提供客服资料。

4、3月8日各单位大都给女性放半天假，也就是下午。传统的优免活动不能丢，因为别人都在做，你不做，就会失去市场，但是作为一家针对女性朋友的专科医院，不能像妇幼保健院一样以妇联、卫生局名义做健康普查，也不能以专门女性医院那样，为少数人服务，所以，应该以大面积宣传小范围运作，给特定的消费群体打造特定的项目，不要局限在某一个品牌某一个项目和某一个消费全体这样但一中去。

5、3.8是妇女节，在这个节日当中，作为男性来说，多多少少会有不平衡，而且，在此时，很少有媒体或者单位对男性进行关注和关怀。那么针对这种现象，医院推出和谐家庭卡通过3月8日来我院就诊的女士的手，将这个卡送达到其与她关系不错的男性手中，在随后的周六或周日，进行男性关爱专场活动，用女性朋友吸引她的熟悉男性朋友，扩大和吸引消费全体。

第一阶段：导入期(新闻、媒体造势和市场预热期)2月15日-3月8日

结合医院的性质，加之三八妇女节的特点，在“以我为主，借市造势”的前提下，借助媒体的社会影响力对项目进行充分的形象塑造和环境包装，而医院将在活动进行的同时融入相应的促销和关爱活动，同时并借活动本身进行的宣传炒作，将医院的实力、服务特色、专家设备等进行充分宣传，利用新闻炒作和自身夹报炒作，造势驱动活动顺利开展，打响更加有影响的知明度。

宣传目标：节日促销活动前的新闻铺垫和市场预热，全力塑造专业、先进服务的美好形象，引发目标受众关注，造市并营造好现场气氛。

宣传手法：导入此次活动的核心主题“健康女人，幸福长伴”、“幸福是人生的最美好愿望，而健康是幸福的体温计”.推广“健康就是幸福”这个概念

1、在当地主流大众平面媒体的健康版块，设立专栏，以医院健康咨询师的名义发布女性健康、饮食等信息;

2、在当地主流大众平面媒体进行相关软文的投放，辅以少量的硬性广告;

3、在3月6、7、8日三天在当地电视媒体以新闻形式进行宣传造势，因为新闻相对于广告来说，成本低而且观众容易相信，信息的到达率也要比广告高得多;

4、拓展延伸：

(1)与贵阳知名的杂志联手，以订阅册数换取版面的方式，比如订阅200册，换取四个版面。其中两个版面做医院形象宣传，另外两个版面以杂志右侧竖条广告的形式做6页活动宣传，在封二版面粘帖医院制作的优惠卡，凭卡在院就诊享受优先挂号、挂号费减免、免费妇科检查等优惠内容。订阅的杂志用于医院赠送给来医院的客户。

5、本着“互惠互利，三方受益”的原则，与其他单位合作，在宣传医院的同时，给合作单位的女职工以优惠，凭合作单位的工作证，来院就诊的病客可享受挂号费减免等优惠政策，或者赠以小礼品作为促品促销。

第二阶段：升温期(市场升温)2月25日-3月5日

医院这个项目，运营周期长，且带有有明显的区域特征。三八妇女节这个活动是短期行为，要确立“速战速决”的指导思想，三八节一过，谁还拿妇女节做文章?同时，医院也有自身的业务，不能让三八节活动拖累。但对整个医院来说，要有着打持久战的准备。根据市场升温这一时期的特点，着手建立强有力的推广、促销活动。

阶段目标：在第一时间，抢占市场占有率。

宣传策略：以报纸、电视广告为主附以街道、路边、墙体等广告，事件行销为辅，为广大女性朋友提供更多便利优惠就医条件，针对主要卖点做纯导医式广告，与现场活动有力配合，同时发挥软性文章与新闻炒作的感性诉求配合宣传，达到就医热潮之目的。

促销活动：

1、与当地银行联手：

(1)三八节期间(2月25日-3月25日)，凡是合作单位银行卡女性用户，来我院就诊时，如遇所带诊金不够，那么可以进行分期付款;

(2)针对合作单位女性职工，以团体妇科健康检查方式，对其进行优惠互利。

2、与当地保险公司联手，将妇科项目与意外保险项目进行互动整合。也就是说，以妇科检查优惠卡和意外保险卡互动赠与保险业务员和她的客户。

同步影响两大消费群体，保险公司女性职员和她的女性医疗保险客户

3、与进行合作，在3月5日、8日进行女性健康专题讲座。吸引知性女性到贵州省图书馆听讲座，在现场发放我院所制作的宣传资料和优惠卡

第三阶段：主推期3月6日-3月8日

阶段目标：提升形象，强调服务

阶段目的：通过前两阶段的销售反馈总结经验，做出各方面的快速调整，包括价格、付款办法、促销手法、宣传包装等，务求可以更切合市场需求，此阶段的宣传速度可以适时放缓，承接第一阶段所建立的声誉逐步达到阶段目标。

营销策略方式：以报纸广告为主，以形象广告、证言方式、墙体广告形成规模促销广告，同时配合短程促销活动，解决实际中存在的问题与矛盾。

1、3月7日女生健康校园行活动

活动主题：“关爱女生健康，共享幸福人生”、“把关爱送进校园，以健康展大好前程”。

3月7日是女生节，借这个时机走进校园进行促销活动，把潜在女性消费者培养为后备消费者。

(1)2月10日前，与校园社团进行洽谈，确立活动主题，策划方案，制作相应的pp袋、易拉宝等宣传用品吸引广大女性学生。

(2)在3月7日、8日抽调医院妇科医师、保健师在合作学校内进行健康科普宣传、女性健康专题讲座，并现场对女生发放优惠卡活动。

总结，结合医院特点，借助妇联、卫生局的社会影响力，联合开展“关爱妇女健康”系列活动，进行妇女健康普查活动，给被调查者建立健康档案，发展为医院健康会所的vip会员，建立长期的会员机制，对其进行保健及相关疾病进行跟着治疗。活动宣传期间将医院的实力、服务特色、专家设备等充分传达给社会大众，利用现场新闻效应，造势驱动活动顺利开展。借此优免活动展示医院特色，强化活动宗旨：

(1)公益活动、公众活动;

(2)事件性活动;

(3)新闻性活动，吸引患者，力争社会效益、经济效益双丰收。通过大范围的普查、优免活动，使医院的“现代”特征“女子”专业深入人心，突出品牌。

在贵州贵阳这样的地方，虽然目前在经济、社会等各方面都还不是很发达，特别是女性朋友对时尚、健康一些新技术还不是很乐于去接受，但我们相信，随着经济生活的发展，贵州女性朋友们的思想也会随之改变，作为一家针对女性的专科医院，前景是很广阔的，因为，现代社会的女性是追求时尚、健康和美丽一族。

**医院妇女节活动主持词篇三**

“三八”妇女节是一个国际节日，政府部门与各企业提倡精神中只注重对妇女权益保障方面的关怀，而对妇女社会关系、家庭、健康保障方面的提升与支持力度不大。基于强调社会关注、妇联关怀、医院关爱、家庭关心的基础上对广大妇女提出医院的独特“关爱主张”，大规模造势、大范围影响、小面积运作，整合广告营销，全面强化医院品牌实力及社会影响力。

1、为使得妇女权益得到更好保护，切实解决看病难、看病贵问题，借助妇联、红十字协会的社会影响力，联合开展“关爱妇女健康”系列活动，进行妇女健康普查活动，给被普查者建立健康档案，发展为医院健康会所的会员，建立长期的会员，对其进行保健及相关疾病治疗。活动宣传期间将医院的实力、服务特色、专家设备等充分传达给社会大众，利用现场新闻效应，造势驱动活动顺利开展。

2、借此优免活动展示医院特色，强化活动宗旨：（1）公益活动、公众活动；（2）事件性活动；（3）新闻性活动，吸引患者，力争社会效益、经济效益双丰收。

3月8日—4月8日

1、3月8日出生的女性朋友，3月8日当天检查、治疗、药费全免。

2、每天为前38位前来就诊患者进行免费妇科常规检查。

3、活动期间对38位困难女性进行免费妇科医疗援助。

4、活动期间优惠项目：子宫肌瘤、卵巢囊肿、宫外孕等妇科微创手术费优惠800元；宫颈糜烂治疗优惠500元；微管可视无痛人流术优惠100元；美国tct宫颈病变筛查系统优惠100元；宫腹腔镜联合cook导丝治疗不孕技术600元。

1、报纸，3月8日平面广告宣传

2、电视媒体

3、户外：医院附近候车亭、车体广告、灯箱等

4、大门口喷绘、条幅、院内活动支架

5、医院内部网

1、制作“健康存折”1万张，编号

2、制作体检报名表格若干份，（套用以往格式）

3、一楼导医台为此次活动的接待处（填写表格和领取病历、健康存折）

4、活动流程：患者——一楼导医台（登记体检单、领取健康存折）——交费处（出示健康存折）——一楼导医台（分诊）——专家（体检）——检验科（稍等）——领取检验报告——专家（提供诊疗咨询）。

xx妇科医院。

协作单位：xx单位。

媒体支持单位：xx媒体。

**医院妇女节活动主持词篇四**

春回大地暖，情系半边天，“三八”节前夕，按照区妇联《关于开展“三八”国际劳动妇女节\*\*周年纪念活动的通知》要求，结合我院实际，认真组织，搞好“三八节”纪念活动，现将活动情况总结如下：

一、开展了我院20\*\*年度优秀妇女表彰、纪念“三八”妇女节厨艺大赛活动

“三八”妇女节庆祝活动，不仅仅是妇女们的自身娱乐，还有利于提高妇女的社会地位，增强妇女参与社会的主动性和积极性。

鉴于我院职工都不是本地人的实际，乡妇联在乡党委政府及院领导的支持下，在全员职工的积极配合下，3月6日开展了xx镇卫生院20\*\*年度优秀妇女表彰、纪念“三八”妇女节厨艺大赛活动，隆重纪念国际妇女运动\*\*周年。

在此次活动在受到表彰的有“五号家庭”2名，我院妇女团体活动乡镇府“巾帼文明岗”称号。通过表彰，树立典范、标兵，号召全员妇女向她们学习，增强妇女的荣誉感、自豪感，培养妇女积极向上的乐观主义精神。院党委书记、院院长主持会议，并在会上作了重要讲话，她勉励全院妇女在新的历史时期再接再厉，充分发挥在社会主义建设中的积极作用，为在全面建设小康社会、保一方妇女平安工作中做出新的贡献。

会后，进行了厨艺大赛。现场香味缭绕，有考鱼、铁板烧、家乡名菜等。每个女职员都拿出了自己的看家本事现场好不热闹，吃的人也毫不客气，让全员职工过上了一个快乐、祥和、积极向上的三八妇女节。厨艺大赛展示我院女职工在工作之余的另一面精神面貌和风采，进一步激发了职工们参与社会发展的积极性、主动性和创造性，不仅丰富了我们的业余生活，还有利于挖掘和巩固我乡深厚的文化底蕴，弘扬和传承我乡优秀的民族文化。

二、抓住节日契机，加大宣传力度

我院和乡妇联在我院举办“三·八”庆典的时候，开展了“节能减排·家庭在行动”“慢病健康知识讲座”的宣传活动，使广大的妇女同胞认识到“节能减排”不仅是国家、政府的事情，我们要从自身做起，积极投身到“节能减排”这一活动中。利用活动提高广大群众的健康意识，同时也宣传国家利民政策。乡妇联还利用校园黑板报、橱窗、大幅标语等形式，来宣传这一活动。活动吸引了众多村民。

**医院妇女节活动主持词篇五**

3月8日（星期x）下午2：30—4：30

院门诊楼二楼会议室

模仿竞猜、1分钟快速跳绳

模仿竞猜：一等奖2名、二等奖2名、参与奖（参与活动女职工）

一分钟快速跳绳：一等奖1名、二等奖1名、三等奖1名、参与奖（参与活动女职工）

1、模仿竞猜游戏规则：两人一组，模仿者看完谜底后用肢体语言表达，另一人根据模仿猜出谜底，一分钟内猜出谜底最多的获奖。（模仿者说话或旁观者提示不计算）

2、一分钟快速跳绳游戏规则：1人一组，一分钟内跳得最多者获胜。（中间停顿或双脚未过的不计算）

总策划：xx

活动内容及道具安排：xxx

摄影：xxx

裁判及活动次序：xxx

场地布置：xxx

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找