# 南方医院增城院区整形美容外科科室品牌运营及推广项目采购需求

## 一、项目概述

为进一步提升院区整形美容科品牌知名度与影响力，现面向社会通过院内询比方式采购具有丰富经验的专业机构负责科室的品牌运营及推广工作。本次项目涵盖内容创作、自媒体运营、品牌推广等多方面，旨在打造全方位、多层次的品牌传播体系。

## 二、项目需求

### （一）内容创作需求

**1.科普创作**

（1）每月至少创作10篇整形美容相关科普文章，内容包括但不限于常见整形手术的原理、术后护理、美容新技术介绍等。

（2）制作每月30-50条科普短视频，时长控制在1-3分钟，以动画、实景演示等形式呈现科普内容，视频需画质清晰、声音流畅，符合科室品牌形象。

（3）每月至少1期医疗美容专家人物专访，从人文和医术的角度，塑造仁心仁术的好医生专注专业形象。

**2.案例分享**

（1）每季度收集并整理至少8个真实的整形美容成功案例形成宣传图文（需经患者同意）。

（2）针对典型案例，制作案例分享短视频，每季度不少于4条，通过患者的亲身讲述，展现科室的专业技术与服务质量。（需经患者同意）

**3.活动宣传**

（1）根据科室的义诊、主题活动等，提前策划并创作宣传文案、海报设计稿等内容。宣传文案需突出活动亮点与优惠信息，海报设计要具有视觉冲击力，吸引目标人群关注。

（2）活动期间，及时制作活动现场的图文、视频报道，用于后续的二次传播，提升活动影响力。

## （二）自媒体运营需求

**1.平台覆盖**

负责运营科室及医生个人的微信公众号、视频号、抖音、小红书等主流自媒体平台，确保每个平台的内容更新频率与质量。微信公众号每周至少发布3篇优质文章，视频号、抖音、小红书每周发布3-5条短视频。

**2.粉丝互动**

每天及时回复粉丝在各平台的留言、评论，解答疑问，处理投诉，维护良好的粉丝关系。对粉丝提出的建议和意见，要及时反馈给科室，并跟进处理结果。

**3.数据分析**

（1）每周对各自媒体平台的数据进行统计分析，包括粉丝增长数、阅读量、点赞数、评论数、转发数等指标。根据数据分析结果，调整内容创作与运营策略，优化运营效果。

（2）每月提交详细的自媒体运营数据分析报告，报告内容应包括数据趋势分析、运营策略调整建议、下一阶段工作计划等，为科室品牌运营提供数据支持。

## （三）品牌推广需求

1.制定搜索引擎优化（SEO）策略，优化科室自媒体内容，提高在各主流媒体搜索引擎上的关键词排名，增加科室流量。每月对SEO效果进行监测与分析，及时调整优化策略。

2.协助开展直播等活动。

## （四）线下维护

1.客服体系搭建：建立标准的线上咨询、线下接待流程。

2.客服接待：做好全流程客户服务接待工作，提升患者满意度。

3.团队架构与资质（供应商在响应文件中需提供相关人员简历及资质证明）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 岗位 | 人数 | 核心要求 | 工作地点 |
| 运营主管 | 1 | 5年或以上医美运营经验，熟悉公立医院流程，具备数据分析能力。 | 弹性驻场 |
| 客服专员 | 1 | 客服接待相关专业或有客服工作、管理经历 | 全职驻场 |
| 内容创作专员 | 2 | 具备摄影、剪辑能力，熟悉主流媒体平台规则。 | 全职驻场 |

## 三、考核机制

### （一）考核周期

1.月度考核：以自然月为单位，对供应商当月的服务完成情况进行基础考核，作为月度费用结算的重要依据。

2.季度考核：每3个月开展一次综合考核，结合月度考核结果，评估阶段性品牌运营成效，调整下一阶段工作方向。

3.年度考核：项目服务周期内每满1年进行一次全面考核，总结全年工作成果，决定后续合作续约或调整合作方式。

### （二）考核核心指标

**1.内容创作维度（25%）**

内容完成量：考核科普文章、短视频、案例报告等内容的按时交付率（需达到100%，每逾期1项扣2分，满分20分）。

内容质量：通过科室审核通过率（需达到95%以上，每低于1%扣1分，满分30分）、用户反馈好评率（以自媒体平台评论、私信反馈为准，需达到85%以上，每低于1%扣1分，满分30分）、内容原创性（需无抄袭、无侵权，发现1次扣20分，满分20分）评估。

**2.自媒体运营维度（25%）**

更新频率：各平台内容更新达标率（微信公众号、微博、抖音等平台需达到承诺更新次数的95%以上，每低于1%扣1分，满分25分）。

粉丝增长：每月各平台粉丝净增长数（需达到响应方案承诺值，未达标按比例扣分，满分25分）。

**3.品牌推广维度（30%）**

根据运营方案与预设目标，完成95%或以上，每低于1%扣5分，满分30分。

**4.线下维护维度（20%）**

患者满意度，95%以下每低一个百分点扣5分；患者投诉率，每例扣5分；回访与拓展，每降低一个百分点扣5分（满分20分）。

### （三）考核结果应用

等级划分：考核结果分为优秀（90分及以上）、合格[70（含）-89分（含）]、不合格（70分以下）三个等级。

费用结算：月度考核优秀，全额支付当月服务费用；合格，支付90%当月服务费用；不合格，支付70%当月服务费用，且需在15日内整改，整改不达标暂停下月合作。季度考核优秀，额外给予季度服务费用5%的奖励；不合格，暂停合作并重新制定工作方案，连续2次季度不合格，终止合作。

续约与合作调整：年度考核优秀，优先续约且可协商提升服务范围；合格，可续约但需优化下一年度方案；不合格，终止合作且。