

病院マーケティングサミットJAPAN サマーセミナー 2018

Hospital Marketing
Summit Japan
Summer seminar 2018

特別企画：医療広告ガイドライン改正は病院広報をどう変えるか？

6月1日、新たな医療広告ガイドラインが施行されました。
大きな問題は、ホームページが正式に医療広告として位置付けられたこと。
今回のサマーセミナーでは、医療広告ガイドライン改正への対応と、
攻めの広報を展開していくポイントをご紹介します。

2018.7.21 13:30
|
17:00
[土]

会 場
対 象 者
定 員
参 加 費
申 込 方 法

KFC Hall & Rooms Room107
(〒130-0015 東京都墨田区横網一丁目6番1号)
病院広報実務担当者、経営企画、事務長、院長
30名
1万円
病院マーケティングサミットJAPAN公式webサイトよりお申し込みください。

お問い合わせ

株式会社 **Vitaly** [Tel] 03-6885-7202 [Mail] info@hospital-marketing.jp



Lecture
**小山
晃英**

京都府立医科大学
地域保健医療疫学



Lecture
**竹田
陽介**

株式会社ヴァイタリー
代表取締役



Lecture
**今井
智一**

今井関口法律事務所
弁護士



Lecture
**松本
卓**

小倉記念病院
経営企画部 企画広報課

生き残るための医療広報とは

生き残るためには、マーケティングは必要な行動です。そして、マーケティングの最初の一步は受け入れられること。次に、愛され、ファンを作ること。そのためには、ブランディングは有効です。

スマホ時代の 病院ブランディング戦略

“Evidence Based PR (根拠に基づいた病院広報)”の観点から、スマホ時代に患者、医療職から選ばれるために病院関係者が最低限知っておくべき病院 web サイト活用のノウハウをご紹介します。

弁護士が解説する2018年 医療広告ガイドライン改正

ほとんどの病院が医療広告ガイドラインに対して注意しなければならぬのは“ホームページ”でしょう。ホームページの掲載について、禁止される事項と限定解除となる事項を具体的に解説します。

病院マーケティング実践論

web、SNS、メディアリレーション、イベント、動画マーケティング、クリエイティブなどコミュニケーションデザインを駆使して、「認知」から「人気」へ押し上げるための具体的事例をご紹介します。