

家文化理念

在现代的组织中的每一个人，内心深处都有着强烈的成为主人的愿望与使命感。社会的不断进步，组织对于员工来说是一个自由交流思想，充满人情味的大家庭，在这样的氛围下，潜藏在内心深处的主人翁责任感与敬业精神便会无可遏制地迸发而出。为使员工充分发掘自身潜力，使医院建成员工依存、患者信赖的职工之家、患者之家，我院推出打造以实现共同愿景为基础的“家文化”品牌。

一、共同愿景

共同愿景是我们想要的未来景象。当个人的愿景与团队的愿景一致时，个人就会为团队全心全意的付出与努力。我们医院在十二五规划中为全院职工描绘的共同愿景是：“积极促进内涵建设，全面提高医疗服务质量，全力提升核心竞争力，努力实现“把医院建设成为和谐、规范、创新、学术型，集医疗、教学、科研、妇幼保健于一体的三级甲等综合性医院”的奋斗目标。

为实现这一共同愿景，我们将在“家文化”建设中，突出一个主题，树立一种理念。

突出一个主题：传播“家文化”，温暖你我他；

树立一种理念：亲情服务、患者至上

一、从患者需求出发，做强服务文化。

在为患者提供服务方面，各科室都要展开讨论，从患者的需求出发，遵循实用、实效、便捷的原则制定创新举措，使本科室具备差异化的服务优势。以优质服务示范病房为样板，推广示范病房成功经验，扩大优质服务影响力。

1、开展“一个病房一个家”活动。向病房普及健康知识，满足患者需求。培养心理咨询师力量，采取“传导培训”的方式，开展全院临床医务人员心理疏导能力、沟通能力培训，为患者提供心理服务，解除患者思想顾虑。医院要有计划培养营养师，营养科将结合药膳，为患者提供营养配餐服务，为患者疾病康复提供营养支持。

2、举办“我的细节服务”展示活动，将不同岗位不同职责的员工为医疗消费者提供服务的细节之处放大、展示、交流、共享，提高全体员工的服务意识和技巧。

3、举办“我家宣传员”服务营销技能竞赛活动。分别设置医生组、护理组、医技组、门诊组、机关组、后勤组，抽签决定参赛人员，针对本部门、本病房各种职能和服务项目、科室人员和情况向服务对象作以介绍，提高全院各科室职工的“宣传员”意识，提高与服务对象的沟通能力、营销能力。

4、举办“医患沟通服务纠错”竞赛。每个参赛队通过对方代表队实例演示，查找演示中操作技术、服务流程、协调沟通、文明用语等方面的缺陷并予以纠正，提高各科系工作人员业务水平、处理复杂突发事件能力、服务意识敏感度等方面的素质。

二、从员工需求出发，提高幸福指数

（一）为员工提供基本生活需求

1、做好“班中餐”。营养科要定期征求职工意见，不断改进“班中餐”质量，满足员工三餐服务；

2、做好“五必访”。走访“婚、丧、嫁、娶”职工；为特困及突发事件职工送温暖；为“问题”职工解决实际困难；建立单身职工档案，帮助解决单身女职工生活中的实际困难；为职工维权事件提供法律支持和援助。

3、做好“暖心工程”。不断提高福利待遇，为职工送生日蛋糕，在节假日为员工发节日礼品，新婚职工发放新婚礼包、职工高考子女金榜题名送助学礼；保障职工带薪休年假制度执行；启动专家公寓工程，解决职工住房问题，提高专家福利待遇；为来我院工作的硕士研究生以上人才提供安置费，进一步吸引人才加盟。探索团购制度，联系房地产、电器商品等品牌公司，使员工享受到团购优惠的待遇，解决实际问题。