
STP적용사례

-일산병원 건강보험 모델병원-

2534025 송수민

2234009 박세빈

2137016 김진우

세분화

몇 개의 세분 시장을 도출할지 세분화 수준을 결정하고
여러 개의 변수를 사용해 세분화 기준을 설정
시장의 크기, 경쟁상황, 성장 가능성, 접근 가능성, 가용 자원
등을 고려하여 내 제품에 맞는 타겟 시장을 선정함

세분화 기준에는 인구통계, 심리분석, 행동분석 변수 등이 있음

타겟시장 선정

각 세분 시장을 평가한 자료를 바탕으로
가장 적합한 타겟 시장을 선정

포지셔닝

표적시장에서 제품을 소비자들이 어떻게 인식하게 할 것인지
설정하고 마케팅 전략을 수립함

STP 전략이란?

S(Segmentation) : 시장을 어떻게 나눌 것인가?

T(Targeting) : 누구를 공략할 것인가?

P(Positioning) : 어떻게 기억되게 할 것인가?

병원들이 STP 전략을 사용하는 이유

: 환자의 특성이 다양한 병원들은 STP전략으로 환자군을 나누고 맞춤형 서비스를 제공하기 위함

특정 환자층 집중공략 -> 의료 자원의 효율적인 사용과 비용 절감

포지셔닝을 통한 차별화된 병원의 이미지, 전문성 구축 가능 -> 환자의 신뢰도와 선택 가능성 증가,

결과적으로는 병원의 경쟁력과 지속적인 성장에 도움

국민건강보험 일산병원의 STP 전략

1. Segmentation (시장세분화)

지역 기반: 일산, 고양시를 포함한 경기 북서부 주민

수요 기반: 합리적, 신뢰 가능한 의료서비스 찾는 환자, 건강검진 및 예방의료 수요자 등

정책기반: 건강보험 재정 건전성 및 의료 표준화를 연구하는 보건의료 정책 수요

2. Targeting (목표시장 선정)

핵심타겟: 경기 북서부 지역 내 거주자 중 "신뢰할 수 있는 공공의료 서비스"를 원하는 만성질환자 및 일반시민

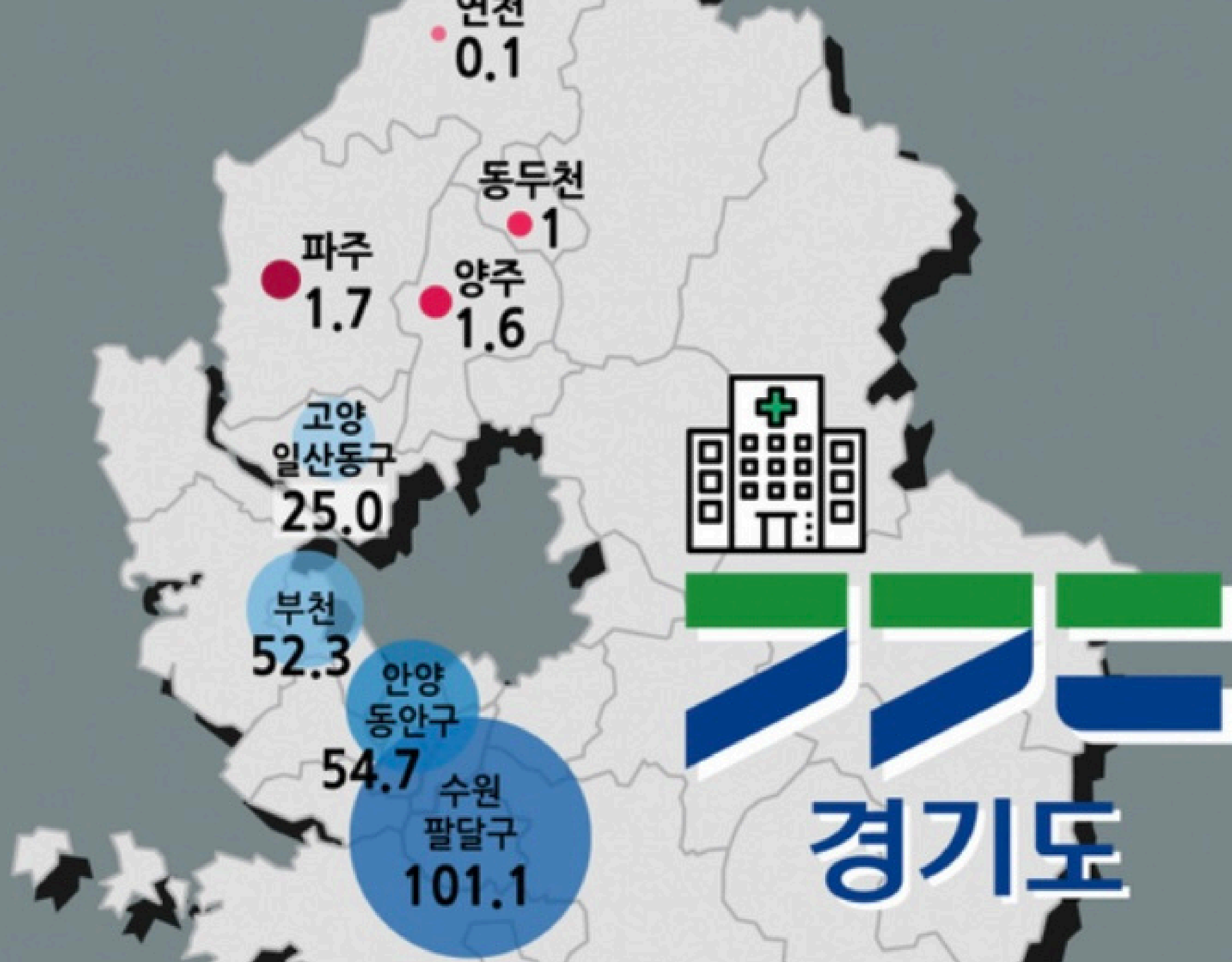
주요타겟: 건강보험공단이 운영하는 유일한 보험자 병원으로서 표준진료 및 적정진료가 필요한 환자군

3. Positioning (포지셔닝)

건강보험 모델병원: "국민의 건강한 삶과 의료 표준을 선도하는 건강보험 모델병원"을 브랜드 포지션으로 채택

핵심가치: 과잉 진료가 없는 안심 병원, 합리적 비용의 공공병원, 대학병원 수준의 전문성을 갖춘 병원

이미지: 지역사회 주민에게 따뜻하고 친절한 공공의료 서비스 제공



경기도

Segmentation (세분화)

1. AI기반 스마트 응급의료 네트워크 (AI HOTLINE)

가장 대표적이고 혁신적인 사례

중증 응급환자 발생 시 병원을 찾다가 "응급실 뺑뺑이"를 찾는 일이 없도록 경기 서북부 공공의료기관들을 하나로 연결

--AI핫라인 운영: 지역 내 급성심근경색 및 중증 응급환자들의 다른 병원으로 이송(전원)을 스마트폰 앱과 AI 기반 전산망으로 실시간 관리

--골든타임 확보: 협력 병원 간 환자의 상태와 병상 이력을 즉각적으로 공유하여 지체없이 일산병원 권역 응급의료센터로 이송하여 24시간 수술 및 시술을 받을 수 있게 도움

2. 소아,모자(산모/신생아) 필수의료 인프라 대폭 확충

수익성이 낮아 민간에서는 기피하는 소아 및 산모 대상 진료를 지역 거점으로서 책임임지는 역할

--365일 24시간 소아응급 전담 전문의를 포함 여러 의료진이 유기적인 협력을 통하여 야간,휴일 소아 응급환자 수용

타 의료기관에서 일산병원으로 의뢰되는 중증 소아환자가 최근 급격히 증가하며 최종 치료 거점으로 안착되는 결과를 가져옴

--권역모자 의료센터 운영: 고위험 산모 및 신생아의 집중치료를 전담하여 지역 내 안전한 출산 환경을 구축

Targeting (타겟팅)

1. 지역 기반 환자 (1차 타겟팅 대상이며 경기 북부 주민 고양, 파주 등)

- 해당 지역에 상급병원 부족, 지역 의료 공백 문제를 지역의료책임 병원(거점병원) 을 통해 필수의료 제공

● 단순한 근처 주민이 오는 병원이 아닌 지역 완결형 치료를 책임지는 병원을 목표로 둔 타겟팅

2. 필수 공공의료 환자-응급환자, 중증질환 환자, 소아, 산모 등 취약계층

- 돈이 안 되더라도 반드시 필요한 환자-> 민간병원이 잘 안 보는 환자까지 포함, 필수의료 강화전략

● 타겟 환자가 단순 외래 환자가 아니라 시간 민감도가 높고 지역 내 최종치료가 필요한 환자군임을 노출

3. 정책대상(건강보험 제도 적용 환자, 표준 진료가 필요한 환자)

--의료비 적정성 검증, 과잉진료 방지, 표준치료모델 테스트->정책 테스트베드 역할 수행

● 일산병원의 타겟팅은 돈이 되는 환자가 아닌 지역에서 꼭 필요하고 정책적으로도 의미있는 환자를 우선시하는 구조

Positioning (포지셔닝)

1. "건강보험 모델병원" 표준 제시 병원

-단순 진료가 아닌 국가 의료 정책의 기준(표준)을 만드는 병원

특징으로는 진료과정,비용과 데이터 분석, 표준 진료지침 개발, 다른 병원들이 참고하는 모델의 역할 수행

=> 한국 의료 기준을 만드는 병원으로 포지셔닝

2. "공공성과 신뢰 중심 병원" 일반 대학병원과 가장 큰 차별 포인트

-수익보다 공공성이 우선, 취약계층 진료와 필수의료 제공, 감염병 대응 핵심 병원 역할

=>환자 입장 인식: 믿을 수 있고 공정한 병원 즉, 이윤보다 국민 건강을 우선하는 병원으로 포지셔닝

3"데이터와 근거 기반 의료병원" 최근 강회된 포지셔닝

- 의료 데이터 분석 기반 진료, AI진단과 의사결정 지원 도입, 실제 임상에서 AI정확도 검증

=> 감이 아니라 데이터로 치료하는 병원

감사합니다