

从头部“东郊到家”看本质系统开发

产品名称	从头部“东郊到家”看本质系统开发
公司名称	正诺（广州）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区黄村荔苑路9号自编17号2层2671房
联系电话	18026207347 18026207347

产品详情

咱们来看看东郊到家是如何介绍自己的？

此简介来源于官方介绍：它是这样介绍的：东郊到家服务于2018年成立，是国内的上门推拿O2O服务平台，提供、正规、安全、便捷的24小时上门推拿服务。经过几年的很强的消费能力。

从短短简介可见！有四个地方，一是上门推拿、二是正规安全、三是24小时全天候、四是消费人群。

先来拆解个，上门推拿！对于上门两字来看，市场大多都有认知，从2014年那时就有，这里不做过多认知脑补，再来看看服务项目！里面有七个，从单价低的158到高的458等不同的服务项目，有足疗类、采耳类、spa类、中式推拿类等等，从每一项目服务的详情介绍都写有着适用人群为“亚健康群体”，可见它输出的主营业务定位于亚健康群体的人。

再来拆解第二个，.正规.安全，这里可以来看看为什么会排在第二位，细解一下，其一、其二正规、其三安全，所阐述的这三者、更多是针对目标人群的传递，跟前者定位的“亚健康”群体是贴边的，在于市场需求也确实确实有这方面的人群存在，其次加之还有想入非非的人也做了

尝试！从这两方面的人群进行衬托，还有在于人群之间的信息传递分享，才会创造出有更大的市场需求。

接续拆解第三个，24小时全天候上门服务，咱们可以回看下哪一个行业，有多少个能24小时全天候进行工作，实在少之又少。从商业能放大的角度上来看，一是轻资产运作、二是易复制、三是一线作业人员有着明显对比的高收入，还有其它的等等，从这些来看就不难推断出为什么它能做得成。

好，接着拆解第四个，消费人群！人家明明说的很清楚了，但还有人搞不清楚。它说自己拥有忠实稳定的客户、商旅人士、本地高端消费人群，“具有很强的消费能力”，这里就是指有一定的消费能力的人，什么人具有消费能力呢？这里博主不再过多言语，自发脑洞。还没足够了解的朋友就别往那些人群去想了，先把这个搞清楚再考虑着手入局吧。

好了，总结以上！这些背后的当下你看明白了吗？不明白可以再看几遍。

。