

中医馆网络营销战略

产品名称	中医馆网络营销战略
公司名称	河南世耀诚实业集团有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	南阳市卧龙区工业路华龙广告二楼
联系电话	13140513661 18338218580

产品详情

随着国家对中医药的重视和支持，中医馆已经成为传承和弘扬中医药文化的新载体，成为医药新零售的重要组成部分，信中医，用中药则成为当前养生新时尚。其中更蕴藏着巨大的商机，就中医馆而言，谋划好中医馆的营销至关重要。

从养生角度讲，则可以重点突出健康，倡导“健康生活、养生生活”。不管从哪方面讲，中医馆营销方面应着力健康养生”的主题思想，制定系列营销活动。

01 公益健康行

公益营销以关心人的生存发展，社会进步为出发点，与公益组织合作，充分利用其权威性、公益性资源，搭建一个能让消费者认同的营销平台，任何类型公益活动都会对其品牌、服务等产生深远影响，中医馆汇集中医优势资源，开展“健康生活”公益活动，倡导健康饮食、养生行为，活动现场进行义诊，针对不同的顾客，给出不同的“春节养生方”或者养生建议；区域内的劳模、军烈家属等先进人物、孤寡老人免费诊断，免费领取养生方或养生套餐等。通过公益活动，医务人员热情接诊，认真聆听、仔细询问病史、听诊、查体，对百姓咨询的健康疾病问题给予耐心细致的解答，并且现场为病人进行耳穴压豆、穴位按摩，传授简便易懂的操作方法及注意事项，宣传普及医学健康知识，对需治疗的疾病开具针对性处方，提出治疗意见。让广大顾客知晓中医馆在所有的丰富的活动内容，通过一系列活动提升中医馆品牌形象留住顾客。

02 个性化定制

定制营销是在大规模消费的基础上，将需求细分到极限程度，把每一位顾客视为一个潜在的需求，并根据每一位顾客的特定要求，单独设计、提供有针对性的产品。转变中医馆就是看病开处方的保守思维，弱化以医为核心的生存方式。例如，可将传统的中医馆，打造成康养一体的综合性健康管理中心。到了你这里，从体检、健康咨询，到按摩、开方拿药和康复为一体的中医养生保健，都可实现；甚至，可与太极、气功和瑜伽、健身等传统养生体验方式相结合。其次是要打造“圈层”经济，实现医患平等交互

。在交互参与的互联网思维下，以中医馆为载体营造一个医疗、康养的圈子或“粉丝群”。中医馆既可以成为群友们在保健养生方面“我思献人人、人人助我思”的沙龙；也可以是不同门派、不同专业医生相互学习交流的平台，让医生们在这里找到“组织”。而后，则是要突出中医馆的“个性化气质”，实现差异化竞争。

03 情感营销

情感营销是从消费者的情感需要出发，唤起和激起消费者的情感需求，诱导消费者心灵上的共鸣，寓情感于营销之中，让有情的营销赢得无情的竞争。在情感消费时代，消费者购买商品所看重的已不是商品数量的多少、质量好坏以及价钱的高低，而是为了一种感情上的满足，一种心理上的认同。情感营销是把消费者个人情感差异和需求作为中医馆品牌营销战略的核心，通过借助情感促销、情感广告、情感口碑等策略来实现经营目标。春节除了团聚外，不坏注重情感的传递，晚辈对长辈的孝心，亲戚朋友之间亲情往来，中医馆推出以老年群体为主的孝心膏方，以养生方、养生点心、养生茶、养生食谱等为主的友谊礼包，突出送礼送健康。在浓浓的节日氛围中传递亲情、友情，传递健康。

04 新媒体营销

中医馆新媒体营销是基于中医馆的特定诉求与问题分析，对消费者进行针对性心理引导，看似纷繁复杂的市场行为，其实都是品牌之间的竞争方法和手段。其中，进行品牌化运营，拥有强大的品牌，才是企业发展制胜的关键。

从本质上来说，它是软性渗透的商业策略在新媒体形式上的实现，通常借助微信、微博、直播平台、移动设备等媒体表达。借助直播平台直播名医诊疗过程，并与平台会员互动，扩大中医馆的知名度。