

# 南阳养老院网络推广营销外包公司

产品名称	南阳养老院网络推广营销外包公司
公司名称	河南融河矩媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	套餐一:2000 套餐二:15000 套餐三:50000
公司地址	中国 河南 南阳市 卧龙区 蓝钻星座
联系电话	18338218580 13323693821

## 产品详情

养老院入住率低，没有利润，前期投入全部白费，费力又伤神，究其原因除了基础硬件设施、区位等因素外，更多的原因是养老营销做的不到位。其实养老院营销总的方向，无非为了养老院品牌推广，让更多的消费者了解到该项目，从而为该项目营造一种氛围，让市场更快的接受养老院，让更多的消费者快速的了解到养老院的地理位置、服务宗旨、产品体系、企业文化理念等，从而尽快的实现养老院前期的入住率，实现养老机构盈利。

本篇文章主要针对省时又省力，省钱传播快的网络营销进行分析介绍。通过有效的快速体验式营销方式加网络线上营销模式，实现养老院销售大满贯。但是小编首先简单对目标客户开发过程进行介绍，让大家对目标客户进行一个简单的了解：

目标客户定位---医护型养老机构，半自理、非自理老人，俗话说客户不分类，一切都白费，首先确定刚需客户。

营销渠道推广---网络推广、报纸新闻媒体等。

目标客户来源---社区（通过社区、医院找兼职人员，信任度较高，成交一名，发放相应的提成）DM单、医院、四老机构数据库整理、中高档小区、老年活动中心、客户转介绍等。

目标客户开发---数据库电话营销、预约上门参观、园区接待中心、社区合作、400电话及医院合作等。

目标客户跟踪---园区参观（做好客户接待流程安排，其中在接待过程中可与养老入住老人合作，增加其

信任度)、客户观念、客户短期计划、当前的困难、决策结构、家庭背景、收入情况、希望提供的服务等。

目标客户维护---关心客户、换位思考、真正的替客户设计晚年生活、上门拜访等。

网络营销作为养老院市场营销中的一个常规手段，作用不言而喻，具有决策的便利性和主动性、成本优势、良好的沟通等优势；网络覆盖面积广，传播速度快，项目信心可以迅速传播出去；有一系列网站、论坛都是免费发布信息；可以安排一到两个人负责后期网络安全维护以及网络客户需求解答；甚至不通过专人接待，客户也通过网站图片、软文以及领导关怀过程等了解到该项目服务收费遂平等；同时建立了养老机构与客户良好的沟通平台。

未来养老院网络营销的渠道拓展方向如下：

- 1.通过建设养老院专业网站，全面推广养老院项目；
- 2.通过官方微信平台，实时传播项目情况及介绍；
- 3.加大网络广告投放，利用搜索引擎优化扩大项目的知名度；
- 4.通过组织新闻事件类公关活动，利用网络传播速度快的优势积极宣传；
- 5.跟专业养老网站、地产网站合作建立伙伴关系，大家资源共享，分析我们的资源优势，我们能得到的资源等；
- 6.养老院从个人到集体，大家共同利用网络建立客户资源库，通过网络和客户资源共享，提供服务给客户，让客户感受到养老机构的服务是1流的，选择入住是正确的；
- 7.对于已经入住的客户，建立客户家属资源库，向家属公开服务类型、身体指数、心理感受指数等信息，让家属放心，让老人放心，加大转介绍客户的比例。

未来养老院的营销方法工具如下：

- 1.知识型营销：动员企业每个营销人员都在诸如百度知道、搜搜问问等一些专题栏目中，提问题回答问题，主题都跟养老院有关；
- 2.新闻类营销：通过与专业策划团队共同组织的市场公关活动，事先在网络上以软文的形式发表，传播活动信息；过程中利用图片、视频等现场直播活动内容；之后再对活动的意义等进行多方面的阐述，以造成轰动全程的新闻事件，来吸引眼球。

下面找了一个地产营销案例进行分享：和老友出门办事，路过一处楼盘，看到有十几个人头上绑着白条，拉着横幅对着售楼部在吼着什么。

是民工讨工钱还是拆迁户要征地款？看样子都不像。仔细看横幅的内容，大意是“上月买1万，本月买8000，开发商还我血汗钱！”这下明白了，原来是因楼盘降价后悔买贵了的人们在抗议。

对这个现象，我有自己的小小看法——毕竟是一纸契约签订之后买下的房子，升值之后乐颠颠地悄悄卖房数钱，降价之后就喊打喊杀要求退款。这契约精神，实在够呛！朋友是做了多年房产报道的老记者，说：“看看，又开始展示你的愤青本色了？你都不知道究竟发生了什么，就开始义愤填膺了，我觉得事情远不是你想的那么简单！这家开发商我认识，他们找的营销公司，鬼点子多得很，指不定又是在玩什么花招呢！”

这能玩什么花招？“卖家十条计，买家九不知！要是都被你知道了，人家还怎么玩？反正，凭我的直觉，我觉得这事有猫腻。你看抗议者，一个个嗓门虽大，但没一个是苦大仇深的。而且，你看其中那几个穿仿制军胶鞋的，哪像买得起这房的？还有还有，你看售楼部里那些人，哪一个脸上有如临大敌之感随时准备挂五挡溜的？”“也许是见惯不惊了吧？”朋友像面对一个不断冒傻问题的小学生，无限鄙视地说：“做这一行虽然会历经大风大浪，但像面对现在这种场景还处变不惊，甚至连报警都没报的，我确实还没见到过！”经他这么一说，再对照以往的经验，我开始认同他的猫腻说了。但嘴上还不服，说：“他们这样是为了什么？”

“为了向公众宣布他们降价了啊！这效果，比在报纸和户外打广告效果好得多！报纸一个版十几万，户外一年也是好几十万。他这十几个人拉几条横幅，连物料加人工，才多少钱？照片一拍，万事OK！”

“可这样搞，会不会影响楼盘形象呢？”“不会，你看横幅上的标语，只说价格，不说别的。核心诉求就是每平方米比上月低了1000多。这个信息，如果是当成商业广告发上网，谁转啊！但一说牵横幅站街，瞬间火。好的不传坏的传，这是互联网网络时代的传播。那点傻呵呵的愤怒，早已OUT了！”事后，向其他做营销的朋友打探，业内确实有人用这招，所谓“抗议式网络营销”。

3. 微博营销：主要是以项目现场图片（图片类型不限）、软文等形式发表微博，设置好广告词。

4. 即时通讯营销：充分利用现有的QQ、MSN等群聊工具，建立养老主题群，宣传介绍养老院的服务模式及类型。

5. 创意广告营销：利用创新型广告手段，在各大专业养老网站、专业地产网站开发一块空地，打出养老院宣传口号。

6. 博客营销：利用第三方博客平台，如：百度空间，新浪博客等等，发布企业内部相关信息；或者养老院自建博客频道，抽出企业内部写作能力强的员工进行更新，日积月累，及时更新，及时跟进用户留言，达到营销的目的。

7. 病毒式营销：是一种连锁式营销手段，是通过我们组织一些服务活动让消费者受益，受益后的消费者自然形成一套宣传口径，将我们的服务主体、服务模式甚至是服务时间、地点等主动传播出去。

8. 公众微信平台：充分利用已有的养老机构服务号，定期宣传项目服务类型、项目进度情况、项目服务折扣优惠等内容，今早将项目的一切情况向市场宣传。

9. 通过Email营销手段：线下通过跟政府四老关系、医院等销售渠道的开发，联系到一些潜在客户信息，通过发送邮件的方式宣传项目信息。