

上门理疗按摩小程序APP软件系统功能介绍？软件搭建+互联网+按摩经济，微三云软件搭建

产品名称	上门理疗按摩小程序APP软件系统功能介绍？软件搭建+互联网+按摩经济，微三云软件搭建
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

上门理疗按摩小程序APP软件系统功能介绍？软件搭建+互联网+按摩经济，微三云软件搭建

前文引言：微三云——产业zhiwang的摇篮：五大系统生态企业运营解决方案 创/新生态资本产业联盟五大系统解决方案:区/块/链生态积分+微云视教育培训+产业联盟商城+开发融合云平台 1.资本:以腾讯合法区/块/链技术底层驱动资本层，利用国家备案的合法区/块/链积分的公信力和价值性，通过合法积分的托底、发放、增值、流通、应用、交易、赎回、退出全流程，增加企业融/资的合法性、安全性，赋予区/块/链积分区别于传统积分的价值性，并通过母链+子链+通兑的技术，加速流通和资本化，赋予企业生态顶层的资本思维

2.教育:以微云视系统实现内容输出、直播及远程培训作为企业生态的教育层，利用最新 5G 技术，实现企业文化宣导、市场开拓、社群营销、团队复制、企业导师培养、连锁复制，赋予企业以教育培训驱动产业发展的教育思维

3.大数据:以产业联盟商城，融合最新模式会员制模式、O 2O 模式、新零售模式、社区团购模式、社交电商模式、分销模式、九星模式、挂售模式、商家联盟模式、微商模式、跨境电商模式等，适合全行业拓展业务，打通各行业线上线下引流入口，实现会员及营业数据裂变式增长，实现平台大数据沉淀，助推平台融/资及整合优质资源加速发展，赋予平台大数据价值思维 4.创/新:以创/新云平台为底层，不断迭代最新应用，实现和创造最新的商业模式，整合全行业软硬件技术开发公司，统一技术标准，打通所有商业软硬应用，定位全球国际化语言，助推企业生态掌握最新的商业模式并实现技术应用落地，不断更新迭代，时刻站在行业的前列，赋予企业创/新思维。 2022 年，零售市场风云变幻，为了能够快速响应市场需求和实现降本增效的目标，品牌企业对 IT 系统的迭代升级要求再次提高。秉承“技术驱动

商业未来”理念，微三云于发布了新一代“微三云云平台 OS 零售数字化操作系统”。该系统采用先进的“云平台+微服务+容器化+DevOps”为服务分布式技术架构，基于灵活且强大的零售PaaS能力，助力品牌企业灵活搭建易扩展、快迭代的业务中台和业务应用。（微三云发布“云平台+微服务”技术架构的云平台 OS 零售数字化操作系统）总结:区/块/链+微云视+综合商城+云平台，从资本+教育+大数据+持续创/新这四个纬度全面助推及孵化企业成为产业zhiwang，微三云正在以强大的技术后盾成就产业zhiwang的摇篮。

微三云麦超：微三云麦超，微三云营销总监、商业模式总监，商学院院长，首席商业模式策划导师，在软件开发和商业模式策划行业至今已经超过10年，截止到2023年1月累计亲自服务1557个平台客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（莞云）

旗下子公司：微三云信息/微三云大数据/莞云/鸿云/商二/商六/莞带/莞链/达丰云

晶抖云（微三云）云平台开放平台开/发者：星电/尾音/云前/超越网络

公司规模：公司经营已超10年，独享整栋5000平方写字楼，年营业额8000万到2个亿，全职员工300人（全职开发技术180人），服务过百亿级生态模式平台超过30家，服务过上市公司国企超过10家，服务过电商模式创业平台超过20万家。

资质：双软认证企业，省高新技术企业，自主专利30多项，软著300多个

地址：东莞市石排镇瑞和路1号松山湖高新技术创新园B座整栋

联系：麦总监（负一层电梯直上504）

备注：加微信免费领取数十位平台操盘手和商学院导师联手整理的《分销商城百亿级平台运营合规方案及推广秘诀2023年版》，来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式，有需要进一步联系，可以关注公众号“微三云信息”咨询任意内容或者直接百度“微三云麦超”即可获得小编联系方式！

[预约上门服务O2O平台方案+微三云技术+系统搭建](#)

导读：您是否对东郊到家这个品牌有所了解？这是一家基于互联网的一站式家庭服务平台，成立于2014年。它最初以家政服务起家，但很快扩展了产品和服务范围，涵盖了全国范围内的水电维修、长租公寓、保洁清洗等服务。现在，它已经成为了中国最大的家庭服务平台之一，为超过500多万的用户提供了服务。

一 上门服务的前景

1. 隐患

有需求就有商机，上门服务满足了消费者的众多需求，也正在成为服务行业的一种趋势，但是，我们也需要关注其中暗藏的危机：

服务标准不一，难以保证质量

难以保证上门服务的安全

以上门做饭为例，每个厨师的水平不一，也不像饭店可以参考点评平台的星级评价。如果参考个别顾客的评论呢，每个人的口味又不一样，即使上一个顾客夸好，也并不能保证那个厨师做的菜适合自己的口味，也就不能保证最终服务的质量。

而且上门做饭的从业人员大多是女性，还有很多人没有组织团队，纯粹是自己在单干，在上门服务的过程中无法保证自身的安全。顾客方面也会对陌生人上门有所疑虑，甚至是抗拒，会担心家中的老人小孩的人身安全、财产安全等。

其他的上门服务也有这些问题，特别像上门喂宠这种主人基本不在场的情况，安全问题就很令人担心，小红书上搜上门喂宠除了自荐的帖子就是各种安全注意事项和避雷贴。

如果这些问题能得到有效解决，上门服务应该会被更多人接受和认可。

2. 发展前景

我们在前面提到过，上门服务非常适合老人不便出行的场景，而“上门”这个概念也与银发经济非常匹

配，近年来热门的上门养老服务就是典型的例子。

在中国，老人们更倾向于在家里养老，但是子女又忙于工作，无法照看好老人。而上门养老模式就非常有效的解决这一问题，将各种养老服务送入社区、送进家门，为老人们的居家养老生活送去便利。

各地政府也非常支持上门养老这种模式，还有人以上门养老为创业项目，3个月收入87万，可见上门服务与银发经济是非常匹配，且极具发展潜力的。

上门服务也为很多人提供了自由方便的就业岗位。像上门做饭，除了适合专/业厨师，还很适合年纪稍大一些的叔叔阿姨，在家政服务领域就有很多这类群体。还有很多年轻人也以上门做饭、上门喂宠为兼职，从而衍生出了上门代厨、宠物托管师等新兴职业。

总的来说，“上门”这个场景作为服务界的新赛道，可以说是我国服务业精细化发展的体现，其中蕴含着巨大的发展潜力，但能不能发掘出这股潜力，做大做强，还要看未来的发展。第二部分：上门按摩方案可行性

上门按摩是指采用互联网平台，可实现客户线上交易，按摩师到达客户指定地点给客户进行按摩的模式。

虽然还是有人对上门按摩的安全问题进行质疑，但是现在很多上门按摩平台都有安全系统以保证客户的安全。

一是指平台的数据保护，技师与客户上传到平台的数据受平台保障。

二是指服务双方的安全问题，这是上门服务行业zui受关注的问题。平台担保交易，用户下单资金由平台担保，当服务完成确认消费之后，技师或商家才会收到款项；同时平台还有“一键呼救”功能，后台LBS（基于位置的服务）系统能迅速定位。

互联网+按摩经济时代的优势

1、市场基础好 消费需求大

在中国，养生保健类健康门店有广泛的市场基础，据统计，全国约有两百万家按摩推拿理疗店，共有两千多万相关从业人员，对于上门按摩来说这个市场量足以容纳多家创*司涉足这个领域。

2、消费属性从休闲消费向健康消费转型

在国内，按摩理疗服务从zui初的中医一脉相承的医疗手段演变为现在的高/档休闲消费性服务，线下商户业态就是门槛高，消费高，消费时段集中，趋向社交休闲消费情景。在这样的一个高消费、高门槛的线下按摩理疗服务阻挡了很多真正有理疗需求的消费者。

所以，这也是上门按摩服务降低门槛的机遇，要把按摩理疗O2O事业做得强大，就得让按摩理疗行业从单一的休闲保健向健康养生转型升级。把按摩保健与传统的中医理疗养生结合起来，把保健按摩与现代互联网+时代结合起来，全面体现理疗养生、健康管理的实用性，便捷性以及功效性，充分施展其精华，为百姓保健养生、解除病痛、获取健康做出新的贡献。按摩理疗从高门槛的休闲性消费向低门槛的健康养生转型，上门按摩O2O市场是有很大未来的。而且，按摩理疗作为健康消费性服务，对于康复护理来说必然是高频服务项目。

随着新中产家庭的消费需求以及消费水平的提高，按摩理疗对现在很多人来说，都是一种休闲健康的理

疗消费方式，但是现在养生保健行业的互联网化程度是比较低的，还有很多城市的百姓都还达不到足不出户体验这种专业性比较强的服务，难以满足消费者日益增长的需求，对于消费者来说“上门服务”是一种潜在的心理刚需，特别是一些出现不便的老年人或者是残疾人，所以，上门按摩的zui大优势就是“便利”。

3、上门服务，打开与用户之间的信任之门

很多人认为“上门服务”要做到市场化很难，用户可能不太能接受让陌生人到家里来服务自己，但是根据一些上门按摩O2O的公司数据显示，还是很多人都愿意让有相关执照的专/业服务人员进入家门的。因为，随着互联网征信体系的完善，O2O平台可以根据信用情况招纳技师，甄别用户，对于平台来讲，用户和技师双方的责任都是需要承担的，用户在考量技师的时候，技师也在担心用户。

所以，这就很考验平台的运营能力，也是整个上门服务O2O的核心所在，影响上门服务的O2O发展是平台自身的解决问题的能力。

以O2O的平台方式提升按摩理疗服务的标准化，建立起平台和技师信任后，让用户接受平台或者服务的认知，打开信任之门，并不是一件遥不可及的事情。

4、高品质服务项目

按摩理疗服务不再只是单一的按摩推拿，提供的传统服务项目还是有很多的，像：美容美体按摩、养生足疗按摩、中医理疗、油压SPA、采耳刮痧、艾灸把关、肩颈按摩、精油开背、全身推油、产后康复、小儿推拿、清肠排毒、港式/美式/欧式/日式/韩式/泰式按摩按摩项目或手法按摩，让万千用户享受到专/业的、高品质的服务。

总的来说，上门按摩理疗O2O还是有很大的未来市场的，对于创业或者投资者来说都是很好的机会，要学会利用各自的特点来推广培养市场，形成一个比较完善、成熟的按摩理疗健康养生O2O平台市场。

有商家端的上门按摩系统是可以整合行业资源做一个合作分销模式的，找寻手头上有技师资源的合伙人组成一个庞大的服务系统，可以为多地区更多的人群提供更细致更舒适更便捷的上门按摩服务。当然也有些老板打算只为自己的按摩店去为用户提供一个线上下单的便捷途径提供更贴心的服务。

上门按摩系统区别于传统按摩的点

- 1、技师可以选择兼职去做，加入某个按摩系统，由平台提供提供订单给兼职技师由技师去服务，当然即使是兼职体系也需要技师提供详细的资料和资质证明确保用户的服务体验。
- 2、运营方不需要租门店，不需要购买大型设备，基础服务用具由技师随身携带即可。
- 3、合伙人模式可以让运营方不需要全头全尾的去宣传推广，建立合理有效的分销体系可以让每一个合伙人，技师甚至是用户来成为运营方的引流手段。第二部分：上门按摩系统程序功能介绍

一个相对完善的上门理疗按摩APP软件，需要哪些功能呢？

我们研发的上门理疗按摩小程序APP软件系统，功能大致如下：

- 1，理疗按摩技师入驻系统（设计有配合理疗那么师独立的管理界面）

- 2, 订单系统 (所有服务订单, 都有详细的列表记录, 订单智能分配, 订单管理等)
- 3, 分销系统 (可以通过人际推广宣传, 发放优惠券的模式实现裂变分销)
- 4, 充值 (充多少, 送多少, 充值送服务等方式实现客户储值)
- 5, 理疗按摩技师管理系统 (可以加入自己公司的员工, 也可以对外招募兼职理疗按摩师, 还可以成为平台签约的金/牌理疗师, 客户可以理疗按摩师进行评论, 评分, 评分高的平台给予订单优先派送权利, 这样还能实现技术的竞争意识, 不断提高自己的技能和服务能力。)
- 6, 营销系统 (优惠券, 代金券, 满减卷, 特殊活动卷等多种营销机制)
- 7, 服务管理系统 (可以对服务进行分类, 以及服务时间段的管理, 服务可以分为次卡, 单次服务, 组合服务等)
- 8, 自动定位系统 (可以自动定位技师的位置, 客户通过输入自己的位置由平台发送给服务人员)
- 9, 上门车费 (计算公交车和打车的费用)
- 10, 入驻技师抽佣 (可以根据理疗按摩技师服务等级, 决定平台抽佣比例, 最低不低于60%最高不超过80%)
- 11, 实名认证 (在客户或技师注册前都要进行实名认证和认证对比, 大大提高真实性安全性)

第四

结语:

微三云云平台: 自由组合应用和会员数据互通各种商业概念被炒热, 其背后都是平台在为自己积累“势能!”例如阿里的“新零售、数智化”, 腾讯的“私域经济”, douyin的“兴趣电商”等。但一个概念一旦被市场认可, 每一个平台都会往上蹭。究竟什么是私域, 什么是公域, 对于这些概念的定义和边界, 企业应该有自己的全局理解。微三云系统架构上解决单体模式紧耦合、难以扩展的问题, 每个服务可独立部署, 功能模块按团队专注负责, 系统功能丰富, 比如思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动 2+1 奖励模式, 泰山众筹模式, 太爱速 m 秒杀寄售模式, 消费返利模式, 共享 WIFI 广告模式, 有钱还众筹还债模式, 推三返一系统, 共享购嗨购模式, 乐分享模式, 盲盒抢拍系统,

全民拼购模式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等，更好的独立扩展和性能支撑，满足应用功能并发开发。