

医美整形行业的心得体会?上海美赋医美商学院

产品名称	医美整形行业的心得体会?上海美赋医美商学院
公司名称	深圳美赋菁英医学美容教育培训有限公司
价格	1.00/个
规格参数	医美整形行业:医美整形行业的心得体会? 医美整形行业:医美整形行业的心得体会? 医美整形行业:医美整形行业的心得体会?
公司地址	深圳市福田区梅林街道孖岭社区凯丰路28号富国工业区厂房1栋301-17房（注册地址）
联系电话	17891994898

产品详情

医美行业：这是最好的时代，也是最坏的时代。

其实，我并不喜欢“医美”这个简称，这是整形美容行业对大众舆论的妥协。国内医美行业刚刚起步的时候，新机构成立，主流命名还是叫整形医院（门诊）的。1818年，德国外科医师Carl Ferdinand von Graefe发表专著《鼻整形》首先使用了“整形”这一术语，并广泛流传。国字号一级协会“中国整形美容协会”也用的是整形而不是医美，那么这个最准确正统的“整形美容”怎么就慢慢的变成了“医美”呢？医美行业的心得体会?上海美赋医美商学院

究其原因，不外有二：

一是随着行业的影响力越来越大，医疗事故也越来越多的被媒体曝光，当然正规整形美容机构的事故率很低，被曝光的医疗事故大多的是非法行医所致，央视《焦点访谈》对此题材不止报道过一期。在这样的舆论环境下，整形，似乎成为了让人谈之色变的猛虎野兽。

二是国人深受传统文化的熏陶和影响，身体发肤，受之父母，不敢毁伤，孝之始也！说谁谁谁整形了，好像跟骂TA一样。站在时尚（虚伪）最前沿的娱乐圈更是恨不得对整形赶尽杀绝，或者说至少要在镜头前表现的厌恶整形。前段时间某著名被劈腿的女演员去当了考官，说整容的孩子不能收，这样对其他孩子不公平，后天加工过的失去了原有的意味，内心的自信是最重要的……我想问一句，如果一个有自信的演技在线品行俱佳的孩子，因为修个眉开了个眼角就被你拒之门外了？这对她公平吗？你选人的时候为什么不把一个演员该有的素质放在第一位，而是先看整不整容？还想再问一句，就行你们那些先天长的好看的在娱乐圈里晃荡，不允许我们这些通过后天雕琢变美的人进门？演员歌手，宁有种乎？再问第三句：既然纯天然那么重要，为什么你不展示散乱的眉形、粗糙的皮肤、暗淡的嘴唇？化妆是不是掩盖了你的自然美？你还需要化妆才出现在公众面前，是不是不够自信？是不是考试没资格被录取？医美行

业的心得体会?上海美赋医美商学院

上述这些因素造成了很多影响，比如因为对国内整形技术的担心，每年超多10万的高消费人群去韩国整形，比如很多人对这个年产值在2016年就达到7000亿并且高速增长的朝阳产业至今仍持有歧视态度。还有一个连带影响就是大家都是不说整形了，说医学美容了，美容大家都接受，医学更是神圣的，所以改叫医学美容，瞬间觉得不再是羞于启齿而是可登大雅之堂了。

说道这，终于解释明白了为什么书名要叫《马列讲透医美营销》而不是叫《马列讲透整形营销》了。当然了，原因不止是这么简单，营销心理学的喜好原则告诉我们：

“我们喜欢与自己相似的人，不管相似之处是在观点、个性、背景还是生活方式上，我们总有这样的倾向。我们会下意识的向跟自己相似的人做出正面（同意）的反应。我们装作和目标顾客有相近的背景或喜好，对于最终的成交有积极地效果。”

所以，为了不让这本系统讲述整形营销的书还没翻开就被抛弃，我也装作认同“医美”这个说法，有助于取得“积极地效果”，免得被逆淘汰。医美行业的心得体会?上海美赋医美商学院

正所谓管中窥豹，时见一斑，通过一个名称的变革，我们可以感受到，对于整形美容行业来说，现在是最好的时代，也是最坏的时代！没有比这句话更适合来形容医美行业的现状。说是最好的时代，是因为中国整形美容行业从来没有像今天这样繁荣过。近几年来中国居民的需求结构升级、社会的产业结构调整以及农村城市化和城市社区化为中国医疗整形美容经济的兴起创造了大好机遇；2017年7000亿行业产值、9000家正规医美机构、20-30%的年增长率，无不预示着行业的大好前景。说是最坏的时代，是因为竞争从未如此之激烈，营销费用节节攀升，获客成本居高不下，低价竞争比比皆是，渠道商家狮子大开口，广告媒体投产比惨不忍睹，净利润率逐年下滑，行业早已经过了躺着赚钱的时代，现如今，一边是转让的关门的机构越来越多，另一边新兴的机构还如雨后春笋，导致某些城市的监管部门不得不严格控制数量，不再审批新机构。资本方在经过2015-2016年的大肆收购之后，也放缓了脚步采取了稳健的策略，因为他们进来之后才发现只是有钱，是做不好医美行业的。

要想做好医美，专家技术毫无疑问是核心，是命脉，但是这个核心和命脉是需要靠营销驱动的。史玉柱说中国90%的企业都是营销驱动型，即便是苹果公司这样的技术寡头也不可能摒弃营销的驱动力，整形行业也不例外。我们可以发现，国内规模最大的医美连锁机构，并不是技术力量最强的。技术力量最强的机构（比如著名的九院、西京、八大处等公立整形医院）也并没有把业绩做到第一，造成这种反差的最重要的因素就是双方在营销投入上的巨大差距。大机构是如此，中小机构更是概莫能外。业绩做不好的医美机构，90%是因为营销没做好。医美行业的心得体会?上海美赋医美商学院

营销做不好，是因为根本不懂营销。说起营销，在很多机构老板和经理人的认知里，无非就是项目包装一下，做做线上，发发朋友圈，打打广告，搞搞会销.....还有的吃营销饭的顾问公司把营销说的很玄，从人类起源讲到宇宙毁灭、从文艺复兴到社会主义核心价值观，讲PPT是宗师级，实际操作的时候有如雏鸟一样茫然。总而言之一句话，医美行业的整体营销水平真的不高！

没有理论，策略不明所以！没有案例，理论空洞教条！从2008年进入医美行业以来积累的大量成功案例会在书中悉数分享，本着理论结合实践的原则，这回透彻讲透医美行业的营销到底应该怎么做？医美行业的心得体会?上海美赋医美商学院