

菡仁堂：小儿推拿店如何选址？前期市场调研的重要性

产品名称	菡仁堂：小儿推拿店如何选址？前期市场调研的重要性
公司名称	山西菡仁堂生物科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	山西省太原市小店区长治路世贸中心A座1907号 (注册地址)
联系电话	13303512519

产品详情

小儿推拿店选址，是一道“综述题”，里面涉及到的变量和因素非常多，选址问题，绝不是一两天就能搞定的，也不要迷信小儿推拿加盟品牌所谓的提供选址服务，可以说那种上门一两天就选好址的，都是在犯罪！今天我们只讲小儿推拿店的方法论，具体落地的细节不是一篇两篇能描述清楚的，需要做大量实际探店性质的调研工作。

本篇的主题：小儿推拿店选址，如何做好前期的市场调研工作？

首先，在开小儿推拿店之前需要明确，选址的本质是在选与你服务匹配的目标客户群，然后为他们提供有竞争力的服务或产品，最后是获得高于成本的营收。这里面有三个关键词：1、匹配；2、竞争力；3、高于成本。想弄明白这些，就得做好市场调研！（小儿推拿开店市场调研重要吗？菡仁堂这个品牌在决定做小儿推拿之前，采用“电话+实地”的调研方式在全国做了7000多份调查问卷）

第一个：匹配你的目标客户群

关于匹配，简单来说谁会为小儿推拿买单。不要假象所有人都是你的客户，我们在做小儿推拿店的调研前也是这么想的，但是经过几千份的调查问卷数据分析后发现，小儿推拿客户呈现很强的地域性规律，这个地域性可以细化到街道、小区。所以，如果你想开一家小儿推拿店，一定要确定你的受众的顾客画像，如果你不懂，教你一个笨办法，很累，但是很管用。去当地小儿推拿店，不管生意好的还是不好的，选出五家，每家去蹲点三天，看、数、记他们的顾客画像。

顾客画像就是把小儿推拿的目标受众“标签化”：基础属性+消费特征。基础属性包括：性别、年龄、收入、家庭情况……消费特征包括：消费时段、消费能力、价格敏感度、消费场景（什么情况下来消费：路过还是预约，单次还是月卡）。

小儿推拿店的用户标签基本上是固定的（经过调研我们总结出了详细的小儿推拿顾客画像），在决定自己开小儿推拿店前，一定要观察、观察、再观察。拿个小本本，去看生意火的小儿推拿店，都是什么样的人群买单，做推拿孩子的年龄段等，然后统计用户画像；再拿小本本，去生意不好的小儿推拿店，想

想为什么这个地方的人群不买单，然后跟上面的用户画像做对比，找原因。

找2-3家生意好的小儿推拿店，统计清楚，再去找2-3家生意不好的，或者一般的小儿推拿店，统计完用户画像，把他们标签化。最后拿着这个标签，去对应你看上的选址，标签不符合，不就证明这个地方不适合做小儿推拿吗？道理很简单，差的就是执行力！

第二个：提供有竞争力的服务

小儿推拿店的竞争力是什么？所谓竞争力，前提一定是有对应的竞争对手，没有对手，何来竞争一说。你了解你选址周边的小儿推拿店吗？信不信，这句话能问倒至少60%的创业小白。好多人连一条街上的小儿推拿店优劣势都不清楚，那谈什么竞争。

知己知彼，百战百胜。你不了解你的竞争对手，何来胜算一说。竞争对手的信息也是有迹可循的，可以分为品牌影响力、背景、产品、价格、装修、服务、营收这几大块。

品牌影响力就是该品牌在全国有多少家小儿推拿店，一些区域品牌在某些特定地方很火，但是就你们当地而言可能没人知道，这样的品牌对你来说，基本上是没有品牌影响力而言的。而关于背景、产品、价格、服务等等，没有别的好办法，带着孩子去店里亲自体验，通过实际操作了解他们的技术和服务。把上面的这些点细化拆分出来，继续对比统计，再回过头来看看自己能不能比他们做的更好。

如果你能把当地大多数小儿推拿店了解个遍，根本就不会存在：“我想开小儿推拿店，但是很迷茫不知道该做什么”

这种问题。你会很清楚，我怎么做小儿推拿会更有竞争力，加盟也好，自创也罢，都不过是手段而已。

第三个：获得高于成本的营收

一个位置到底能不能做小儿推拿，简单来说就是营业额大于支出，且在自己的理想范围之内，那就是可做的。拿到一个店铺，是可以合理科学预估盈亏平衡点和盈利情况的。房租在多少是可以做到稳赚不赔的，这方面，我们有着大量的数据支持。

小儿推拿选址的方法看起来很笨，也很不讨人喜欢，因为上面这些方法没有具体的指向性，只是个方法论。而且，每一部分做起来都不是短期见效的，不仅繁琐而且周期长，不坚持下来，很难有成就感。但是成功是没有捷径的，创业成功本身就是小概率事件，但如果想把它变成大概率，就这么做本地的市场调研吧。

题外：菡仁堂在做小儿推拿之前用了一年多的时间做市场调研，不仅调研小儿推拿市场能不能做，还做了大量小儿推拿店的数据收集，来分析诸如小儿推拿店选址这样的问题。我们再重申一下，如果你是创业小白，选址问题一定要慎重，千万千万不要轻信加盟总部说的上门选址服务，选址的前期调研工作一定要自己做，切记，切记！