

A person is sitting at a wooden table, writing in a notebook. On the table, there is a white coffee cup on a saucer, a glass of water, and a smartphone. A black bag is on the table behind the notebook. The background is a brick wall. A teal graphic element with a dashed white border is on the right side of the image.

# 医美新模式下 营销工具的进化之道



## 市场环境催生生态演进

市场特征

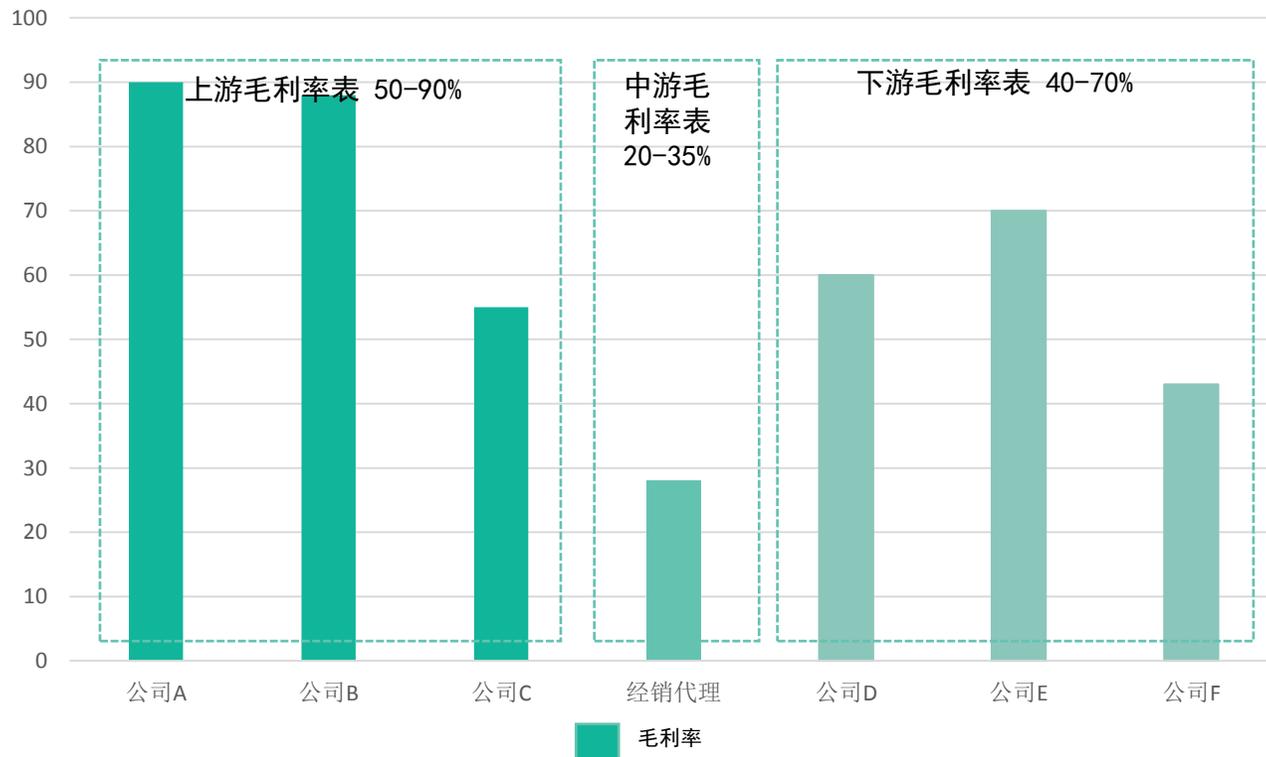
市场痛点

何谓新媒体

# 市场特征：产业链下游活跃



医疗美容产业链相关公司毛利率情况

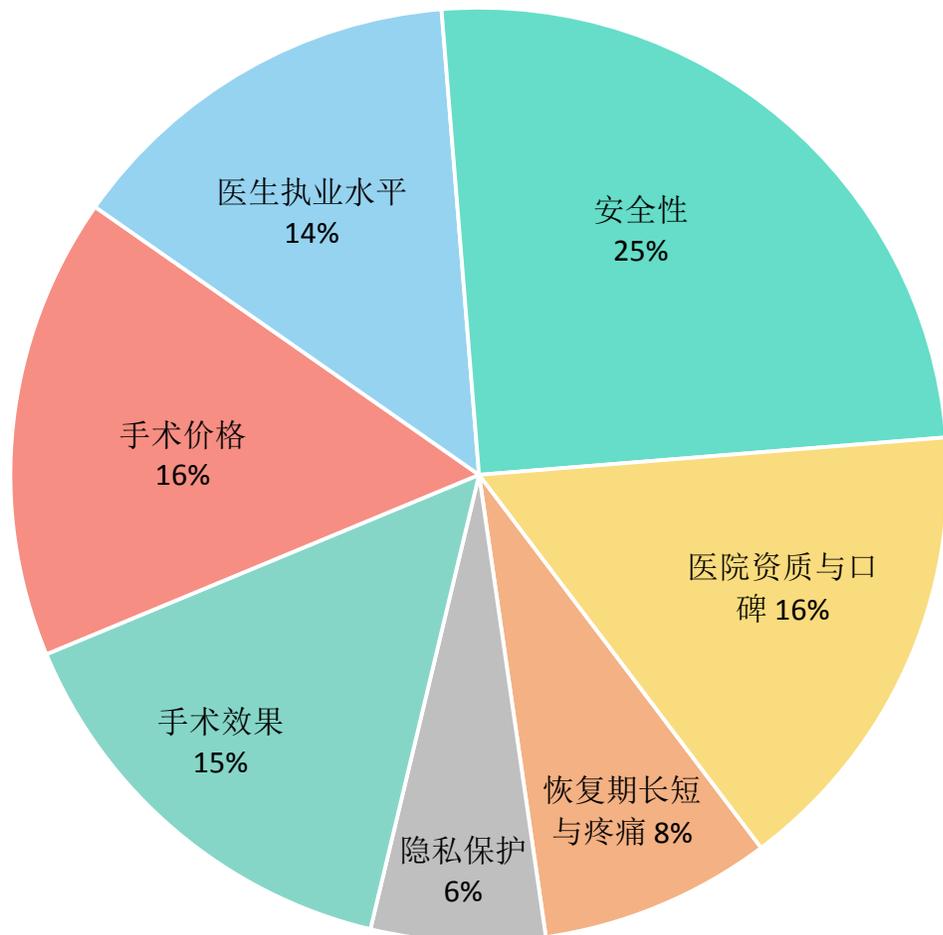


- 医疗美容产业链上游：高壁垒、高毛利
- 医疗美容产业链中游：壁垒低、格局混乱。
- 医疗美容产业链下游：竞争激烈、民营连锁是主要发展趋势。新兴渠道主要从下游渗透

# 市场特征：消费者需要共情



消费者选择整形机构更注重安全因素



## 安全性和口碑成为消费者核心偏好，价格因素依旧重要

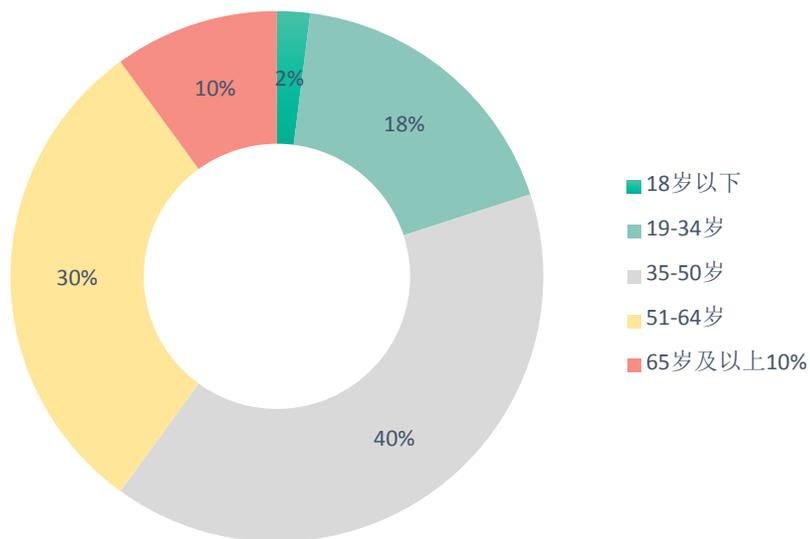
对安全性和口碑的偏好，代表消费者需要被传达共情感。

内容前置、UCG、熟人社交、意见领袖效应可能是营造共情感的主要手段

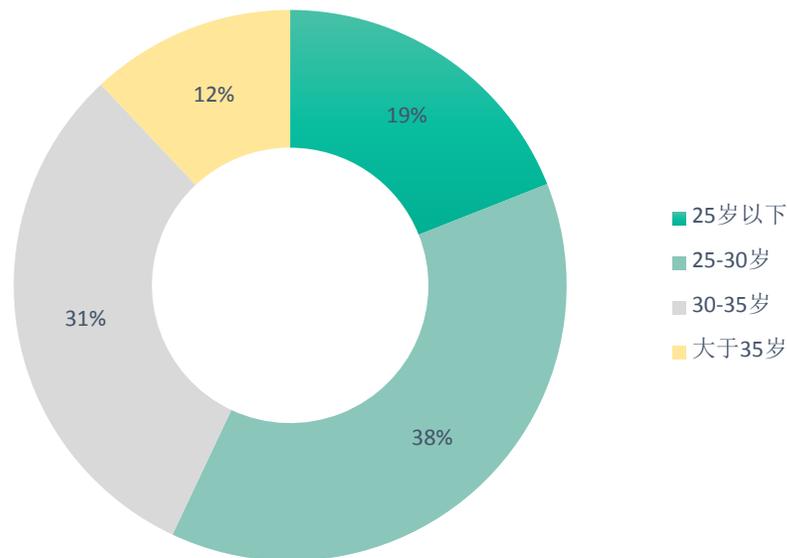
# 市场特征：年龄渗透率不足



美国医疗美容手术比例



中国医疗美容手术比例



## 年龄渗透率不足，价格因素制约市场发展

在中国，医疗美容呈现明显的年轻化趋势，35岁以下人群医疗美容手术量占比高达88%，同时25岁以下人群以及25-30岁人群的医疗美容手术量增速远高于30岁以上人群。青年甚至少年群体成为我国医美消费群体的主力。市场渗透率还严重不足。

# 营销痛点：有效渠道收窄，成本升高



## 私人诊所

获客成本高昂  
黑诊所猖狂、无照经营、水货盛行、虚假宣传  
“一周培训班医生”  
收费无标准、价格暴利

VS.

## 民营连锁

规模化效应可降低获客成本  
大型连锁具有行医资质、产品渠道可靠  
医生具有执业资格  
价格透明、可提前咨询



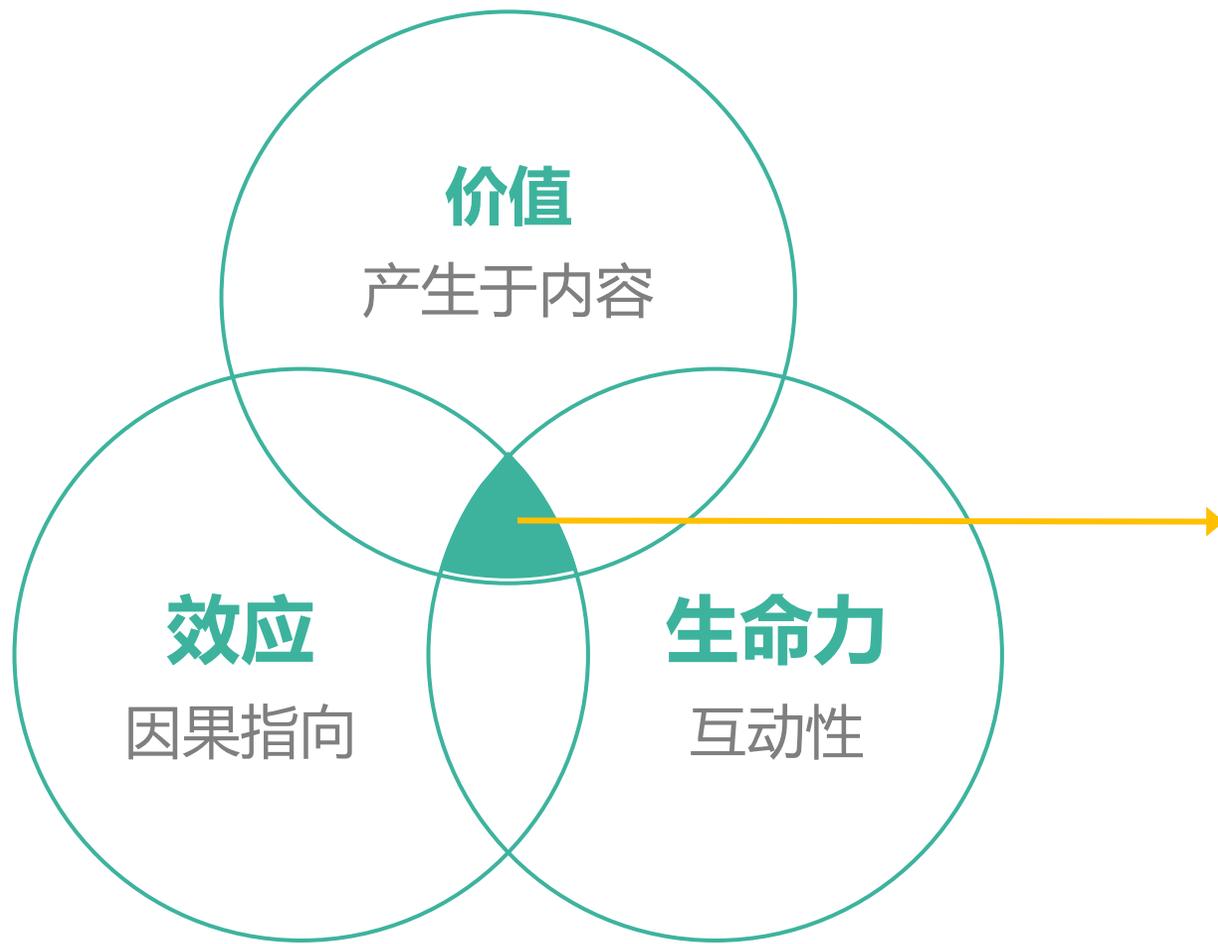
## 过高的营销成本正在蚕食医美机构净利润

从整个医疗美容机构的价值链来看，营销渠道占比最高，约占**50%**的比例，销售费用占比**20%**，耗材及运营成本各占**10%**，人工成本及其他成本各占比约**5%**。

在这样的现状下，由于医疗美容机构极高的营销成本，迫使医疗美容机构倾向于以连锁化模式进行规模扩张。



# 新媒体：绝非“新媒介”

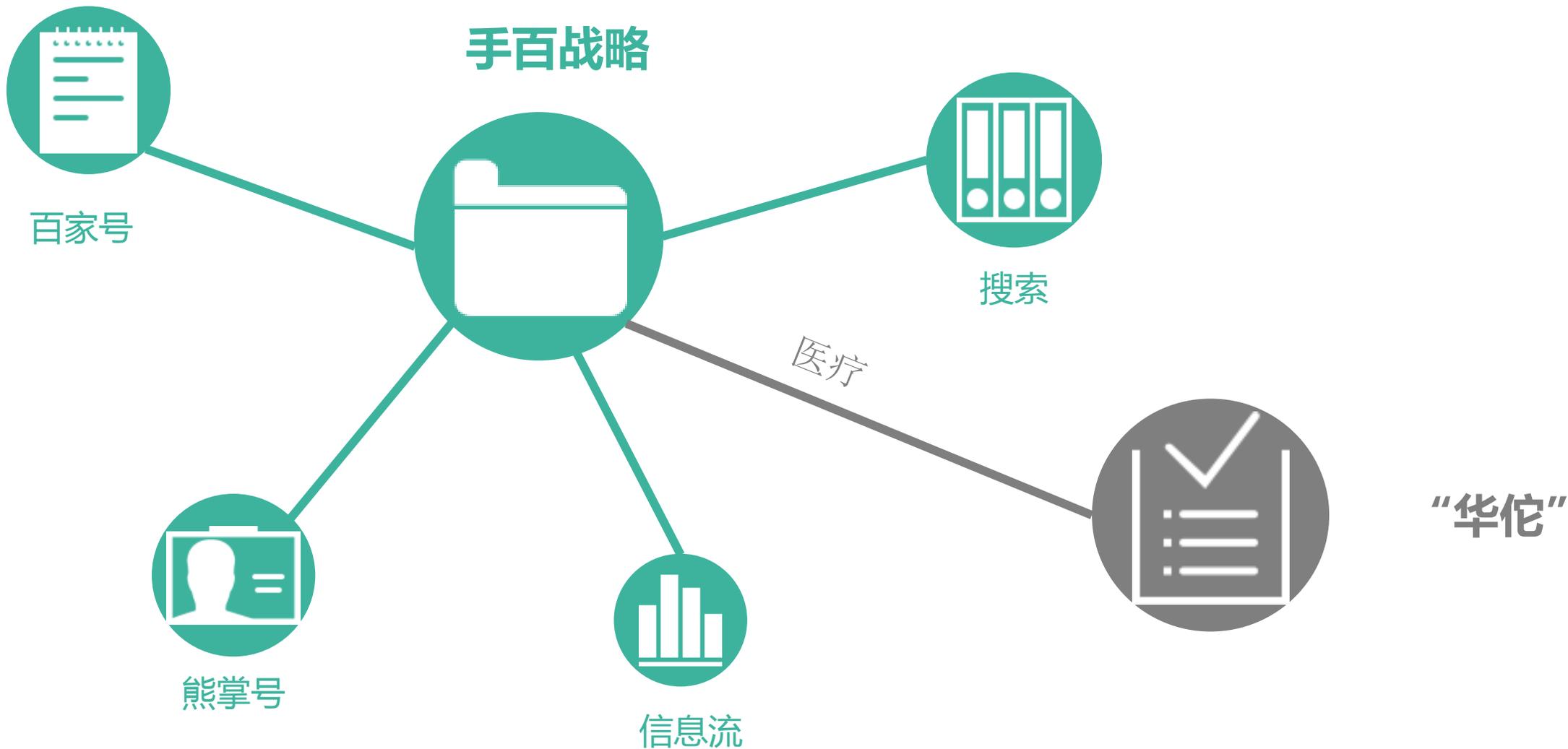


新媒体就是“所有人对所有人的传播”——《连线》杂志

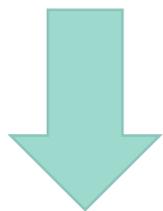
新媒体不是媒介层的概念，而是连接层的概念

广义的新媒体，包含了一切可以产生、展示内容，并重构人与内容连接的传播方式

# 有关百度



**重建账号系统**



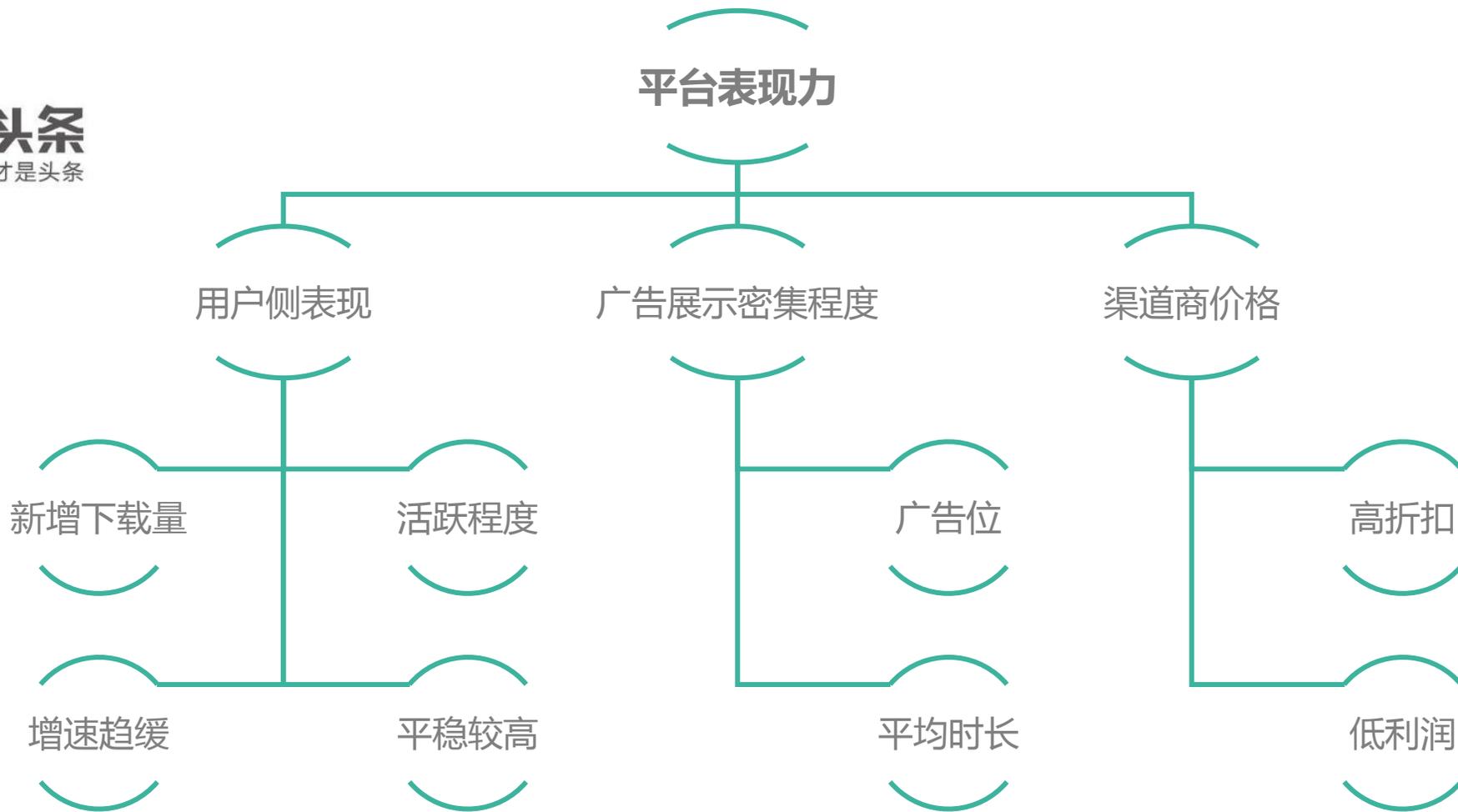
**精确到人**

**服务导向**



**输出内容**

# 有关头条



个性化（精确到人），服务化（内容优先），精准化（按照roi付费）

# 有关小程序



01

搜索框

最精准的流量入口，顶部搜索框变宽、优于公众号呈现、最近使用过的小程序、附近的小程序；核心在于抢占自然关键词

02

微信群分享

官方公布最大的流量来源，借助社群裂变传播

03

公众号及推文

冷启动的主要策略方向，关键在于关联及内容插入

04

二维码

用户习惯已被培养完成，变相制造了朋友圈分享海报的二维码入口

05

流量广告

底部广告等

# 小程序运营思维导图

## 小程序运营

- 什么是小程序
  - 小程序可以在微信内被便捷地获取和传播，同时具有出色的使用体验。
  - 可以简单的说，就是一个高级的H5页面，或者是“轻APP”，或者是原生的APP页面，可以在微信里运行的程序页面。
- 小程序对商家有哪些作用
  - 对于用户体验更好
  - 更好的连接线上线下
  - 附近的小程序有自然访问量
  - 公众号功能的延伸，促进公众号的运营
- 小程序在微信里的入口
  - 微信——“发现”菜单——小程序
  - 附近的小程序
    - 点击附近的小程序，基于门店的附近的小程序
- 怎么建设小程序
  - 第一步：注册小程序
    - 认证的公众号后台快速注册小程序，无需再次认证
    - 登录mp.weixin.qq.com 注册公众号，选择类别：小程序
  - 第二步：小程序开发
    - 有开发能力的根据需求进行技术开发
    - 没有开发能力的，利用第三方一键生成小程序：比如：有赞微商城，一键生成小程序商城。
  - 第三步：小程序提交、审核、上架
    - 小程序的代码提交给微信审核，通过后可以使用
- 小程序推广
  - 附近的小程序入口
    - 微信搜索进入
    - 长按识别小程序二维码进入
    - 小程序参数二维码积分宝推广
    - 微信图文信息插入小程序
  - 线上推广
    - 自定义菜单连接到小程序
    - 小程序页分享
    - 公众号关联小程序、模版消息通知
    - 公众号资料页展示小程序
    - 群小程序展示能力
    - 聊天页面展示小程序能力
  - 小程序二维码推广
    - 小程序二维码推广
    - 圆形小程序码推广
  - 线下推广
    - 扫描普通二维码直接进入小程序
    - 门店、宣传海报、广告栏带小程序相关二维码

# 上游的集体战略



# 连接人与服务



## 营销工具进化之道

耦合商业模式

营销工具痛点

营销工具解决方案

# 连接 + 人 + 服务



数据流

唯一id+用户画像

制造闭环

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/588143116122006035>