



爱睿智健康

综合健康服务提供商

竞品分析

产品品牌报告

背景调研

智能手机的普及及线上用户增多
医疗类健康类app也呈现出欣欣向荣的繁荣盛景
多款app功能集中于
帮助患者健康管理疾病预防和慢病管理等
健康观念加强
面对70后80后90后
爱睿智以服务质量和效果为核心整合线下资源
借助互联网/移动互联网技术
清晰定位与竞品做功能/品牌分析
力争成为**医疗健康的领先者**



竞品筛选

	对比	应用	☑ 已通过全流量验证	类别	月度独立设备(万台)	环比增幅(%)	
1	<input type="checkbox"/>	 平安好医生		医疗	573 ↓	-0.9	详情
2	<input type="checkbox"/>	 微医		医疗	314 ↓	-2	详情
3	<input type="checkbox"/>	 小豆苗疫苗助手		医疗	210 ↓	-9.1	详情
4	<input type="checkbox"/>	 春雨医生		医疗	188 ↓	-10	详情
5	<input type="checkbox"/>	 好大夫在线		医疗	151 ↓	-2.4	详情
6	<input type="checkbox"/>	 优健康		医疗	109 ↓	-6	详情
7	<input type="checkbox"/>	 健康160-挂号问诊		医疗	63 ↑	+ 14.1	详情
8	<input type="checkbox"/>	 丁香医生		医疗	55 ↑	+ 10.5	详情
9	<input type="checkbox"/>	 新氧美容		医疗	51 ↓	-14.1	详情
10	<input type="checkbox"/>	 悦美		医疗	32 ↓	-47	详情
55	<input type="checkbox"/>	 阿里健康		医疗	2 ↓	-6	详情

筛选6款APP进行对比分析

平安好医生	排名 1
微医	排名 2
春雨医生	排名 4
好大夫在线	排名 5
健康160	排名 7
阿里健康	排名 55

数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月

竞品筛选



爱睿智健康

综合健康服务提供商



通过分析竞品的数据 重新定位产品
提高核心竞争力 优化服务质量

他山之石 可以攻玉

了解竞品 对比 爱睿智更新迭代

我们团队愈发熟悉行业市场 愈发成熟 更具战斗力

分析竞品的数据 重新定位产品 提高核心竞争力 优化服务质量



目录 catalog

Part.1

背景

Part.2

APP

Part.3

公众号

Part.4

报告方案



微医，是由微医集团（浙江）有限公司（原挂号网）开发的一款移动医疗类手机软件
微医医疗健康科技平台，由廖杰远及其团队于2010年创建。

以“就医不难，健康有道”为使命

微医致力于用科技赋能医疗，驱动“医药保”生态升级，打造国际领先的HMO（Health Maintenance Organization，健康维护组织）平台
为用户提供“线上+线下、全科+专科”的新型医疗健康服务，成为亿万家庭的健康守门人。

APP



公众号



官网





春雨医生原名“春雨掌上医生”，是北京春雨天下软件有限公司旗下的健康应用APP，于2011年11月上线是一款集人工智能技术和医师专业知识为一体的医疗产品，致力于用科技手段帮助人们更清楚的了解自我需求、掌握健康信息于寻医问药过程中获取更为便捷、专业、优质和经济的建议与服务；缓解“看病难、看病贵”的医疗状况。截止2017年8月，“春雨医生”已发展成为覆盖17个一级科室、吸引50万+公立医院执业医师、服务患者2亿+人次并积累数亿条健康数据信息的大型移动医疗服务平台。

APP



公众号



小程序



官网





好大夫在线 创立于2006年，是中国领先的互联网医疗平台。。

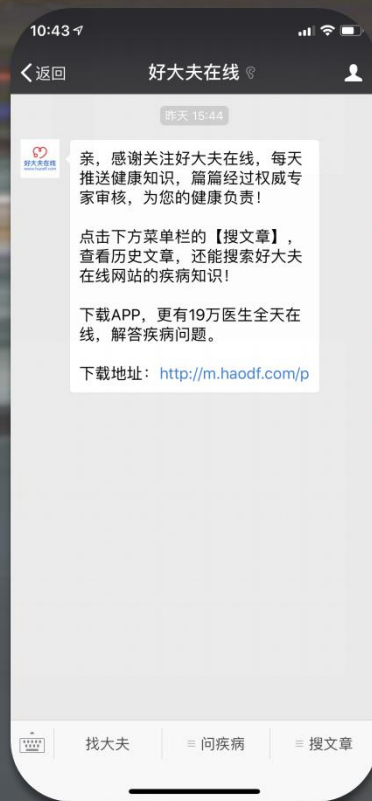
截至2018年9月，好大夫在线收录了全国**9127**家正规医院的**55**万名医生信息。其中，**19.5**万名医生在平台上实名注册、亲自使用，直接向患者提供各种线上医疗服务。

用户可以通过好大夫在线**APP**、**PC版网站**、**手机版网站**、**微信公众号**、**微信小程序**等多个平台，方便地联系到全国**19.5**万公立医院的医生，一站式解决线上服务、线下就诊等各种医疗问题。

APP



公众号



官网





健康160 (www.91160.com) 是中国领先的互联网医疗服务平台。

以“打造中国人的网上医院”为愿景，致力于帮助大众改善就医体验，打造连接人与医疗健康服务的互联网平台。

为患者提供预约挂号、名医咨询、互联网支付、排队叫号、检查报告单推送、院外随访、分级诊疗、医患社区、健康管理服务。

APP



公众号



官网





阿里健康(00241.HK)是阿里巴巴集团“Double H”战略（Health and Happiness）在医疗健康领域的旗舰平台，是阿里巴巴集团投资控股的公司之一。

凭借阿里巴巴集团在电子商务、大数据和云计算领域的优势，阿里健康以用户为核心，为医药健康行业提供全面的互联网解决方案，以期对现有社会医药资源实现跨区域共享配置，大幅提高就医购药的效率。目前，阿里健康开展的业务主要集中在医药电商、智慧医疗、产品追溯等领域。

APP



公众号



官网





平安好医生是中国领先的一站式医疗健康生态平台，致力于通过“移动医疗+AI”

为每个家庭提供一位家庭医生，为每个人提供一份电子健康档案，为每个人提供一个健康管理计划。

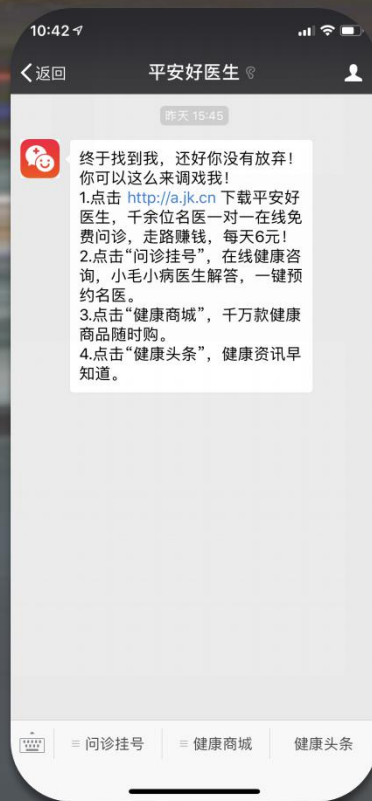
截至2018年6月末，平安好医生注册用户数达2.28亿，期末月活跃用户数达4860万，是国内覆盖率第一的移动医疗应用。

2018年5月4日，平安好医生在港交所挂牌上市，股票代码01833.HK，被称为全球互联网医疗第一股。

APP



公众号



官网



总结 - 项目背景故事分析

盈利模式

- 1.线上
- 2.线下

整合资源

- 1.医疗资源
- 2.附加/增值/相关资源

融资情况

- 1.流量
- 2.变现能力



通过挂号/在线/完善线下实现创收



预约挂号



咨询医生



智能分诊



院外候诊



病历管理



医疗支付

通过线上付费问诊；私人医生和图文咨询实现创收



付费问诊



私人医生



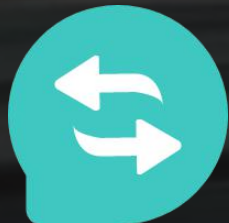
图文咨询

项目背景故事分析 - 好大夫在线 - 盈利模式

通过互联网平台提供的咨询、转诊及远程医疗服务；
“面对面”问诊，预约检查、开具处方，也可以坐等药物送到家里。



咨询医生



转诊



远程医疗



问诊



开具处方



药物配送

项目背景故事分析 - 健康160 - 盈利模式

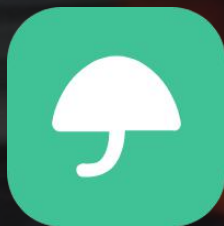
C端收入增长迅猛，主要包含个人增值服务、医药电商、保险、体检等
互联网医疗平台服务现金；医疗软件销售及收入；



咨询医生



医药电商



保险



体检



平台服务



医疗软件

项目背景故事分析 - 阿里健康 - 盈利模式

挂号就诊服务来源于以往支付宝接入的1500多家公立医院和各大挂号平台；
问医生服务由阿里健康、微医、好大夫在线、妈咪知道等国内知名平台提供；
智能预诊是由好人生集团基于Mayo Clinic梅奥健康医学知识开发的；
器官捐赠则由中国器官移植发展基金会提供服务。



挂号就诊



医生问诊



智能预诊



器官捐赠

项目背景故事分析 - 平安好医生 - 盈利模式

- 1、家庭医生服务，主要包括在线咨询、转诊挂号、住院安排和二次诊疗
- 2、消费型医疗，提供医疗健康机构服务的标准化服务方案，满足用户持续性、预防性和其他健康相关的需要，例如健康检查，基因检测和医美
- 3、健康商城，医疗产品例如药品、保健品和医疗器械；健身产品及个人护理用品等等。
- 4、健康管理及健康互动，定制健康计划、工具及活动，向用户推荐个性化内容协助保持健康生活方式。



家庭医生



消费医疗



健康商城



健康服务

盈利模式

线上+线下

-形成闭环，解决用户的需求

在线（付费/免费）咨询 / 预约挂号 / 健康商城

线下医院 / 绿通 / 就医安排


等相关资源整合


分析价值点：解决需求成为拉新入口 流量变现

项目背景故事 - 医生资源

微医起步于2010年成立的挂号网

微医在全国医院部署了**1700多套**前置服务器  创造性接通医院内外网

开创了团队医疗模式，组建了包括两院院士和国医大师在内的**7500组**专家团队 

微医连接了**全国30个省市的2700多家**重点医院  **24万名**医生 

搭建起线上线下结合、全科专科融合的医疗资源供应体系

实名注册用户数超过**1.6亿**，累计服务人次超过**5.8亿** 

项目背景故事 - 医生资源

春雨医生已发展成为覆盖**17个**一级科室



吸引**50万+**公立医院执业医师生



服务患者**2亿+**人次



并积累数**亿**条健康数据信息的大型移动医疗服务平台



好大夫在线收录了**全国9127家**正规医院

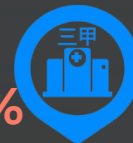


55万名医生信息



其中，**19.5万**名医生在平台上实名注册、亲自使用，直接向患者提供各种线上医疗服务

在这些活跃医生中，三甲医院的医生比例占到**78%**



项目背景故事 - 医生资源

健康160已接入全国**3000**多家大型医院



覆盖**200**多个城市



平台现有加盟医生**47**万人



日服务用户超过**100**万人次



累计为来自全国的患者提供了**2.5**亿次线上医疗服务，实名注册用户已突破**1**亿人




阿里健康整合医药电商




智能医疗



平安好医生自聘了千人规模的自有医疗团队

4650名外部签约名医  (均为三甲医院副主任医师及以上职称) 和数万名外部签约医生

合作线下约3100多家医院  (包括逾1200家三甲医院) 完成后续分诊转诊、线下首诊及复诊随访服务

平安好医生覆盖约2000多家包括体检机构、牙科诊所和医美机构在内的健康机构 

以及10000多家药店 

形成线上咨询与线上购药、线上咨询与线下就医的服务闭环

资源整合

医疗+互联网 -升阶服务，深化C端需求

医疗资源（医生专家签约+医院绿通，牙科及医美等）整合
互联网医药电商，疾病数据库等整合
为用户提供了一站式解决应用

分析价值点：提高服务质量 快速响应用户需求

项目背景故事 - 微医 - 融资情况



总融资额约**56.71亿**人民币：

2010-12-01 A轮 2200万美元 晨兴资本、赛伯乐投资

2012-01-12 B轮 数千万美元 晨兴资本；

2014-10-15 C轮 1.07亿美元 启明创投、腾讯产业、共赢基金、复星锐正资本、晨兴资本；

2015-09-24 D轮 3.94亿美元 复星医药、国开金融、腾讯产业、共赢基金、高瓴资本；

2015-11-30 E轮 3亿美元 联新资本、国开金融、复星医药、高瓴资本、腾讯产业、共赢基金

2016-01-29 F轮 2000万美元 天业股份

项目背景故事 - 好大夫在线 - 融资情况



总融资额约**19.08亿**人民币：

2007-01-01 天使轮 300万人民币 天使投资人雷军策源创投；

2008-01-01 A轮 300万美元 DCM中国；

2011-01-01 B轮 数千万美元 挚信资本；

2015-06-12 C轮 6000万美元 挚信资本；

2017-03-29 D轮 2亿美元 腾讯产业共赢基金

项目背景故事 - 健康160 - 融资情况



总融资额约**2.385亿**人民币：

2012-05-01 天使轮 500万人民币 启赋资本；

2014-05-01 A轮 2500万人民币 启赋资本；

2015-05-01 B轮 1.3亿人民币 基石资本光信资本

2016-11-18 定向增发 5650万人民币 亚商资本启赋资本；

2017-07-06 定向增发 2200万人民币 亚商资本启赋资本

项目背景故事 - 春雨医生 - 融资情况



总融资额约**4.64亿**人民币：

2011-11-01 A轮 300万美元 蓝驰创投；

2013-03-04 B轮 数百万美元 BAI贝塔斯曼亚洲投资基金；

2014-08-19 C轮 5000万美元 如山资本Temasek淡马锡蓝驰创投

2016-06-01 Pre-IPO 数亿人民币 东方证券

项目背景故事 - 平安好医生 - 融资情况



总融资额约**58.5亿**人民币：

2016-05-16 A轮 5亿美元 IDG资本平安创新投资基金永柏资本PGA Ventures ；

2018-02-03 F轮-上市前 4亿美元 SoftBank capital软银海外（领投）SBI投资(思佰益)IDG资本
软银愿景基金

融资情况

流量+服务

- 优化用户体验，提高用户付费率

需求+产品+服务+评价+质量

推动健康科技类发展趋势，形成行业化

受各大投资机构看好

分析价值点：产品+服务= 品牌 获得融资变现

总结 - 爱睿智 - 品牌建立

线上+线下

- 着重**建立线上输出**（公众号/官网/APP/自媒体）【自我输出】
规划：公众号改版/新增渠道

医疗+互联网

- **资源整合提高场景曝光**（承担医疗品牌责任）【异业合作为主】
规划：XX户外爱睿智冠名..等

流量+服务

- **流量凝聚提速及变现增强**（布局/包装）【对外输出】
规划：软文平台/新闻稿造势



目录 catalog

Part.1

背景

Part.2

APP

Part.3

公众号

Part.4

报告方案

总结 - 项目背景故事分析

数量

- 设备占**主导**代表市场优势，**引导**性质

性别

- 男女用户的**关注点差异**，**文章内容**等输出受影响

年龄

- 用户的年龄影响**运营/投放渠道**，易开发程度

地区

- 地区的**app使用习惯差异**，**收入支出分配比例**

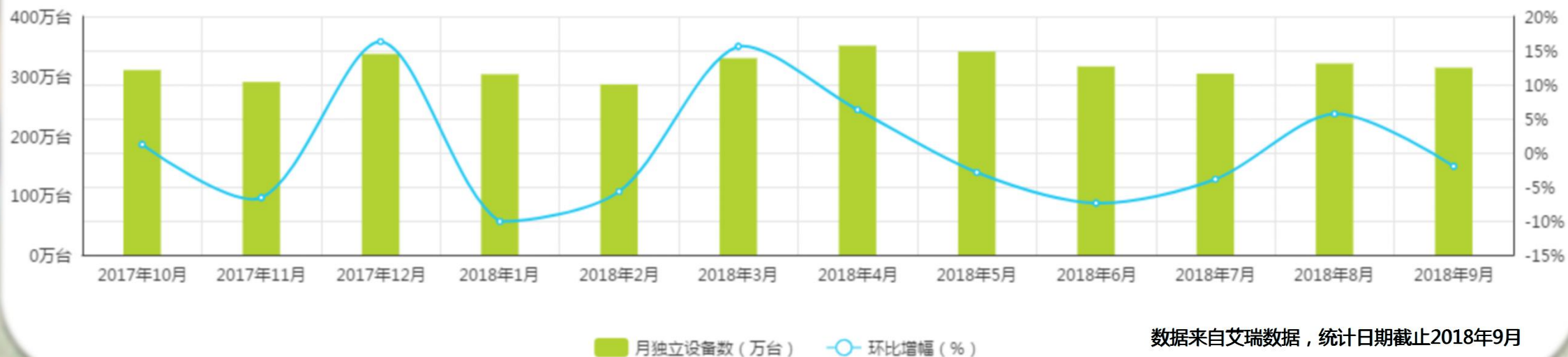


微医 - APP数据

截止2018年9月 APP数量**314万台**

314 (万台) -2% ↓

2017年10月至2018年9月微医月度独立设备数

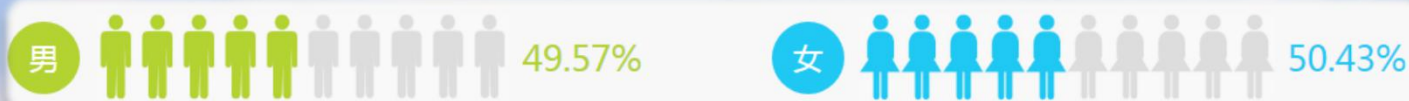


数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



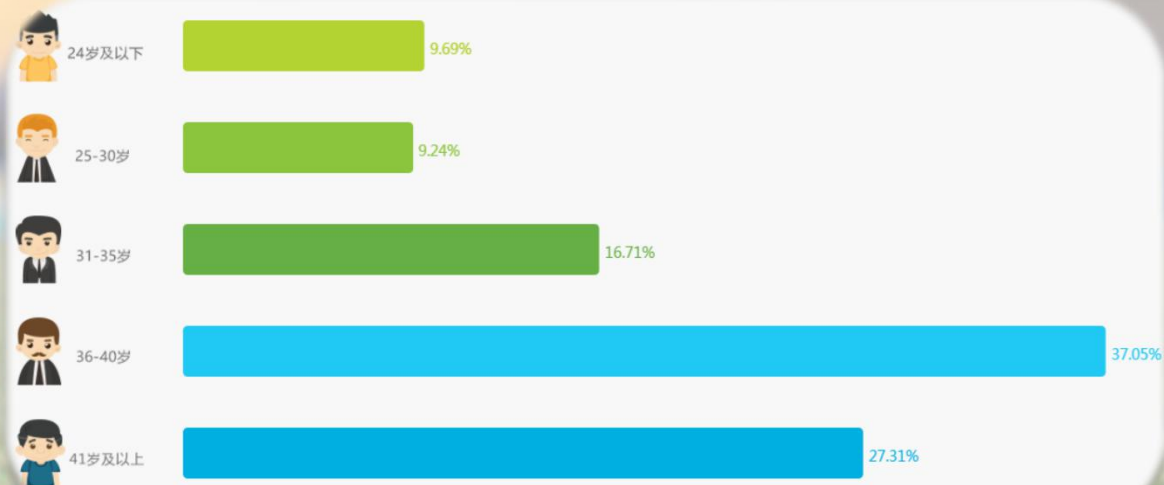
微医 - APP数据

使用人群性别占比



男 49.57% 女 50.43%

使用人群年龄占比



36-40岁 占总数 37.05%

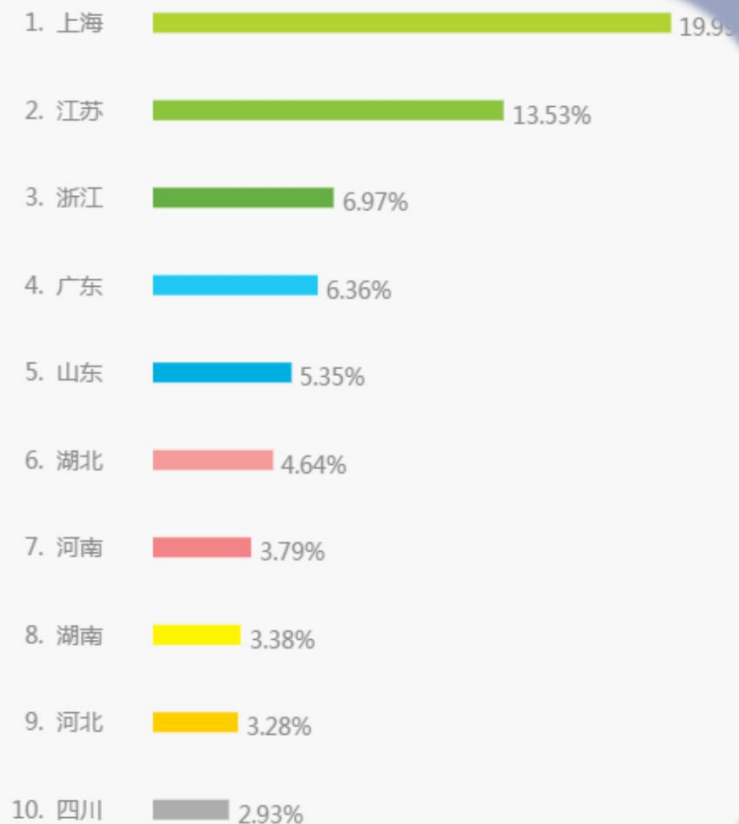
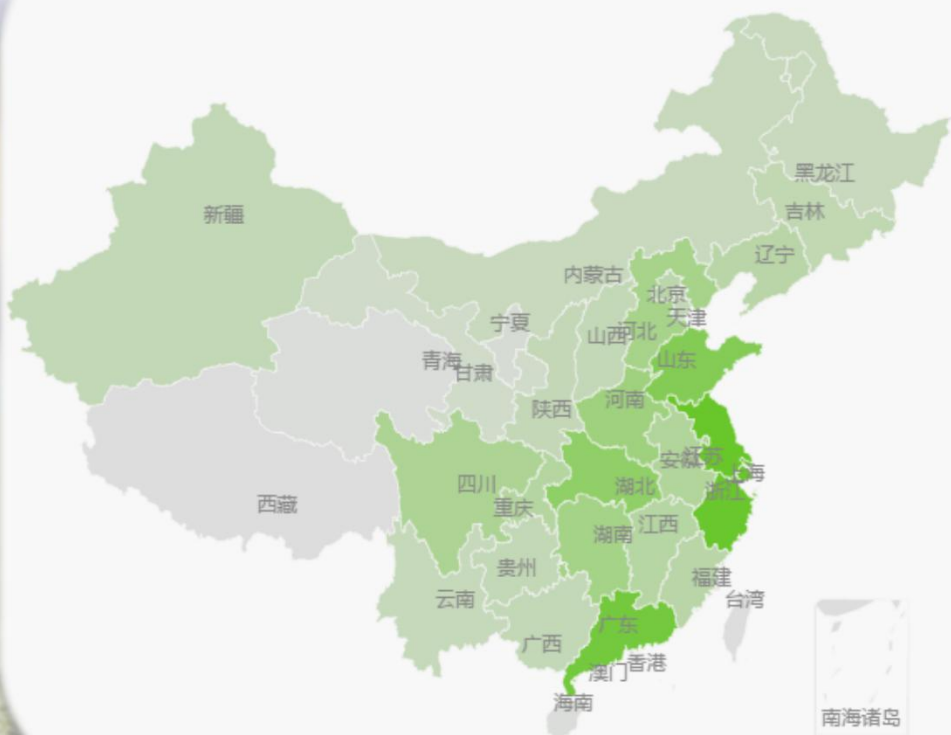
数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



微医 - APP数据

使用区域占比

沿海省份用户较多（上海，江苏，浙江）





春雨医生 - APP数据

截止2018年9月 APP数量**188万台**

188 (万台) -10% ↓

2017年10月至2018年9月春雨医生月度独立设备数

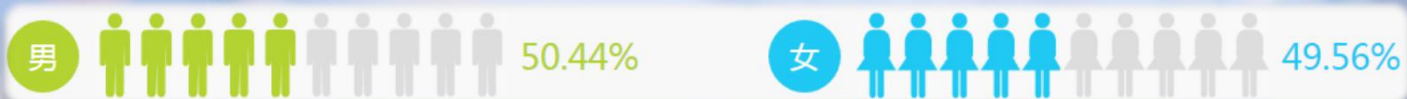


数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



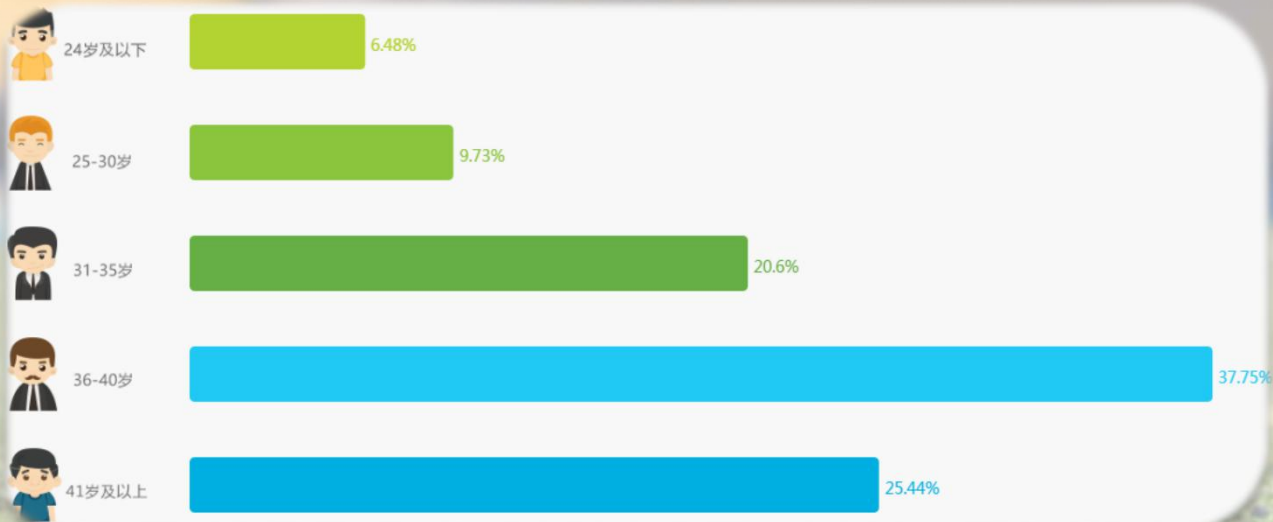
春雨医生 - APP数据

使用人群性别占比



男 50.44% 女 49.56%

使用人群年龄占比



36-40岁 占总数 37.75%

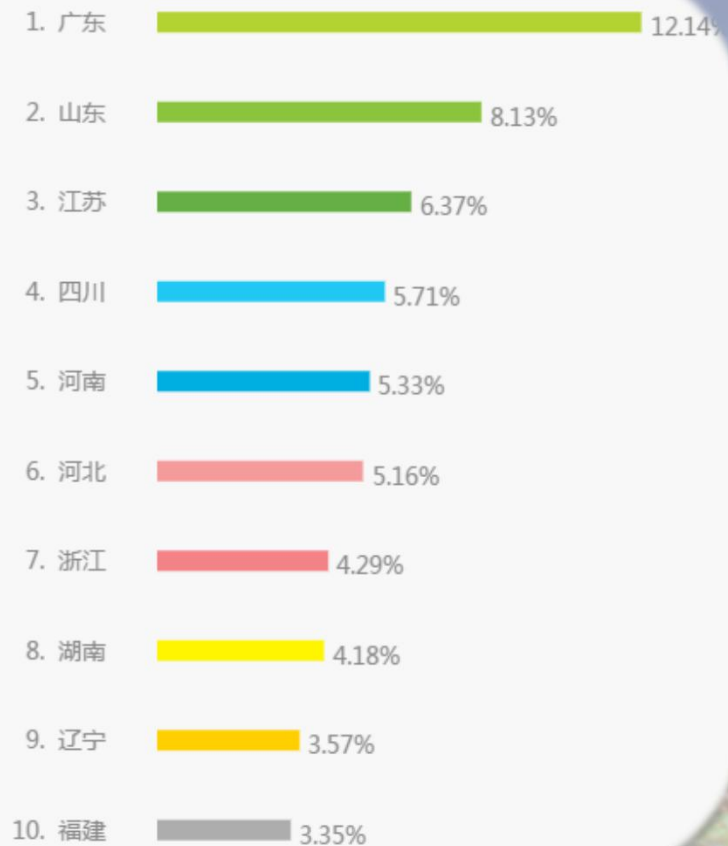
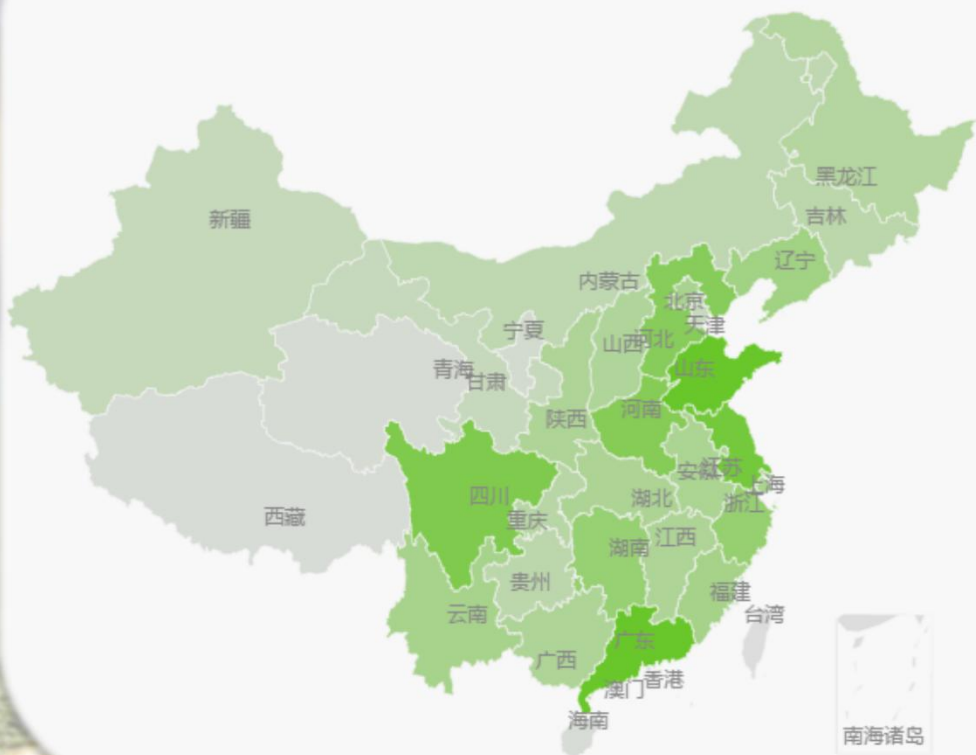
数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



春雨医生 - APP数据

使用区域占比

沿海省份用户较多（广东，山东，江苏）





好大夫在线 - APP数据

截止2018年9月 APP数量**155万台**

151 (万台) -2.4% ↓

2017年10月至2018年9月好大夫在线月度独立设备数

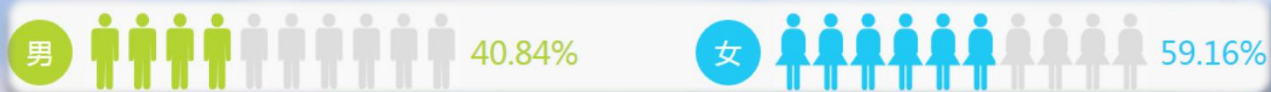


数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



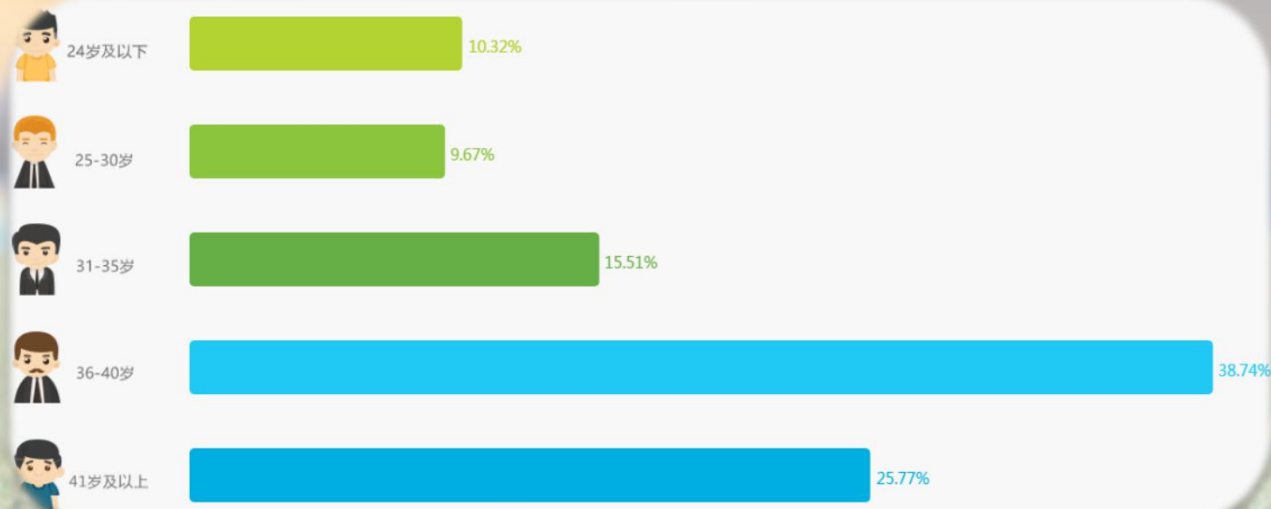
好大夫在线 - APP数据

使用人群性别占比



男 40.84% 女 59.16%

使用人群年龄占比



36-40岁 占总数 38.74%

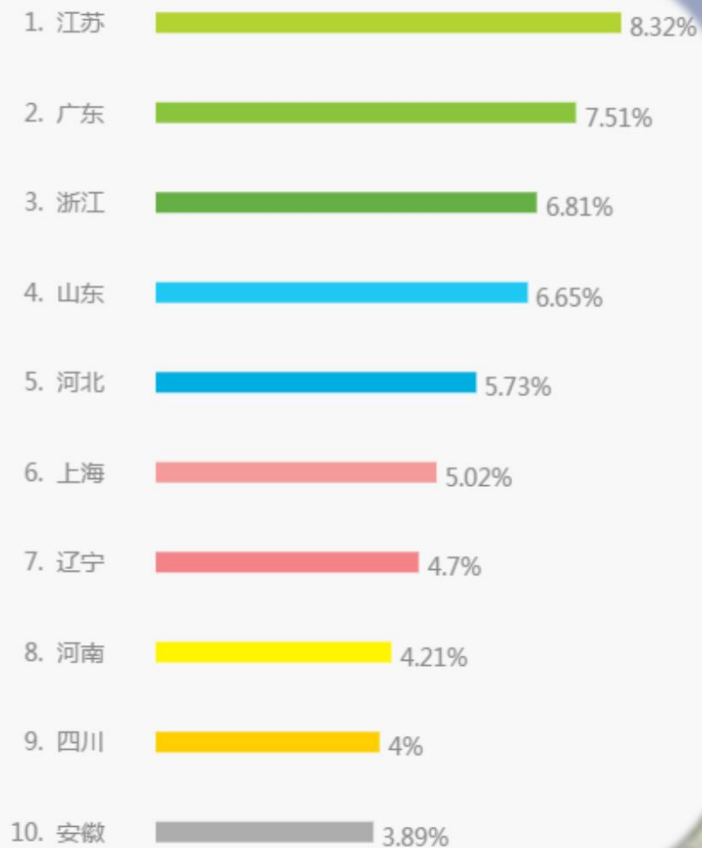
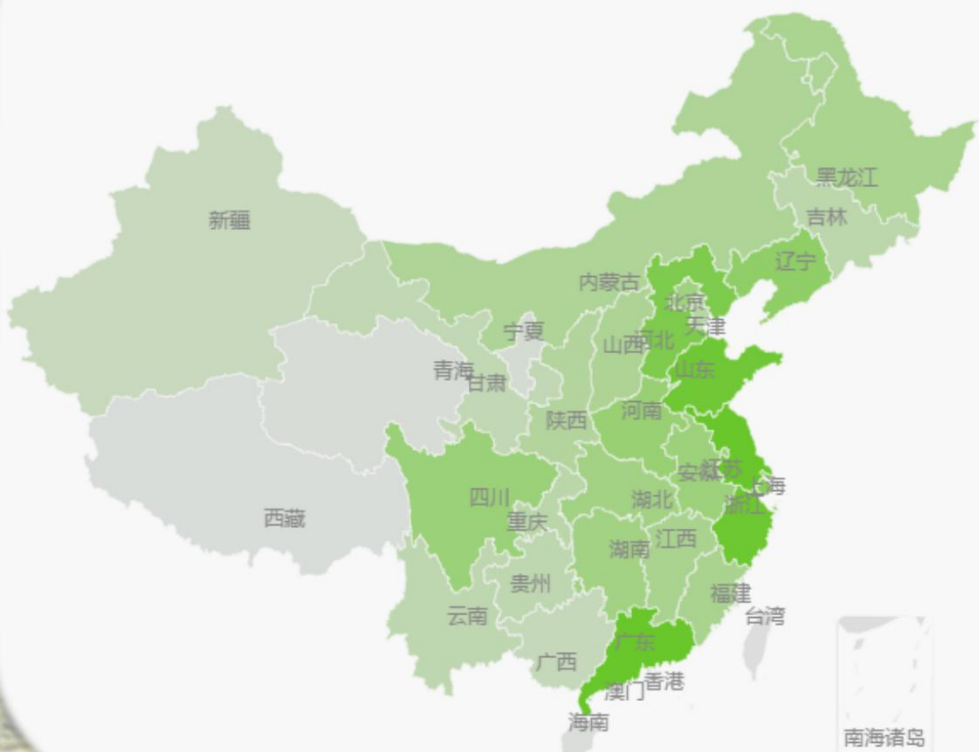
数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



好大夫在线 - APP数据

使用区域占比

沿海省份用户较多（江苏，广东，浙江）





健康160 - APP数据

截止2018年9月 APP数量**63万台**

63 (万台) +14.1% ↑

2017年10月至2018年9月健康160-挂号问诊月度独立设备数



数据来自艾瑞数据, 统计日期截止2018年9月



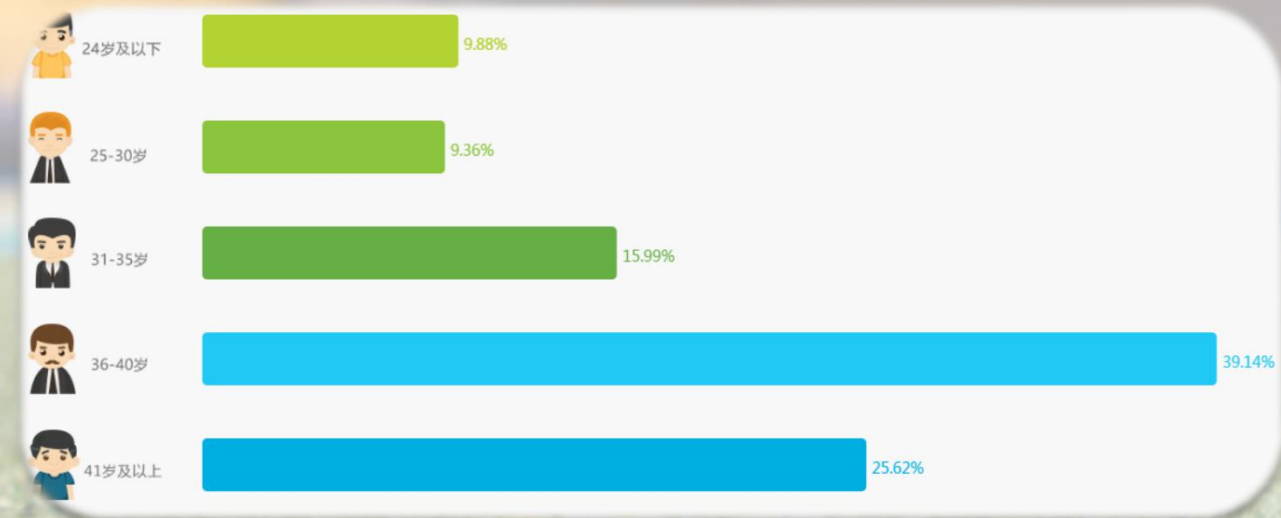
健康160 - APP数据

使用人群性别占比



男 41.09% 女 58.91%

使用人群年龄占比



36-40岁 占总数 39.14%

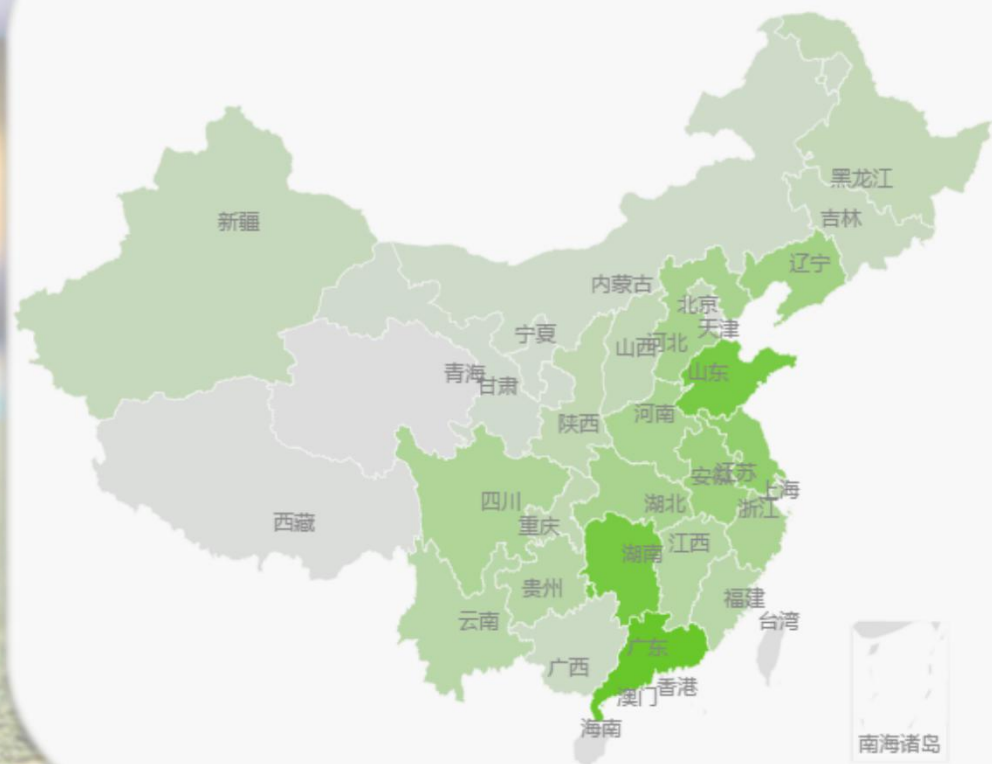
数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



健康160 - APP数据

使用区域占比

沿海省份用户较多（广东，湖南，山东）



1. 广东	36.67%
2. 湖南	6.24%
3. 山东	6.11%
4. 江苏	4.42%
5. 安徽	3.77%
6. 辽宁	3.51%
7. 湖北	3.12%
8. 河北	3.12%
9. 河南	2.99%
10. 浙江	2.86%



阿里健康 - APP数据

截止2018年9月 APP数量**2万台**

2 (万台) -6% ↓

2017年10月至2018年9月阿里健康月度独立设备数



数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



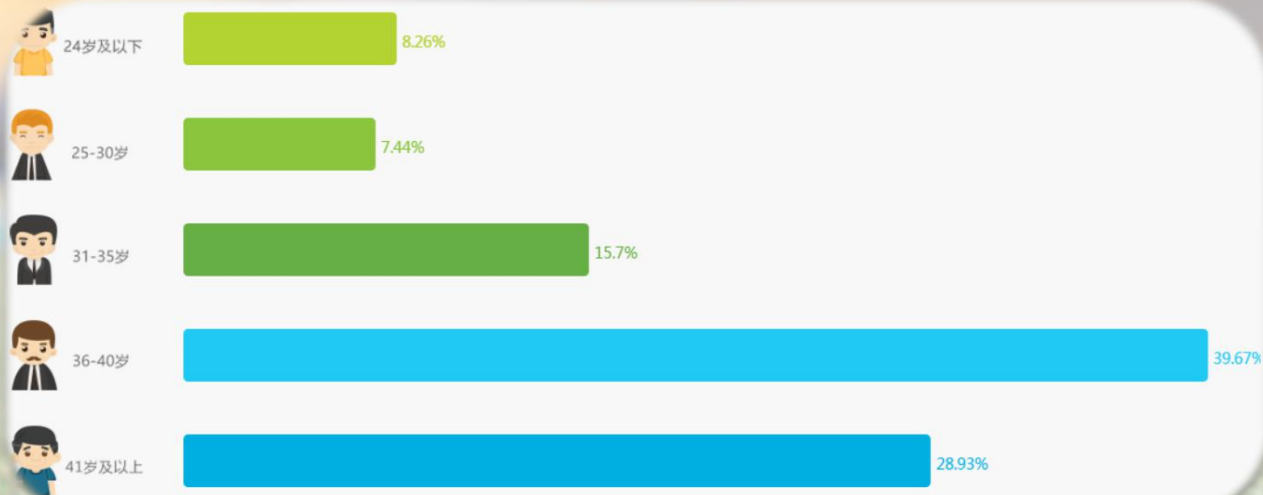
阿里健康 - APP数据

使用人群性别占比



男 35.54% 女 64.46%

使用人群年龄占比



36-40岁 占总数 39.67%

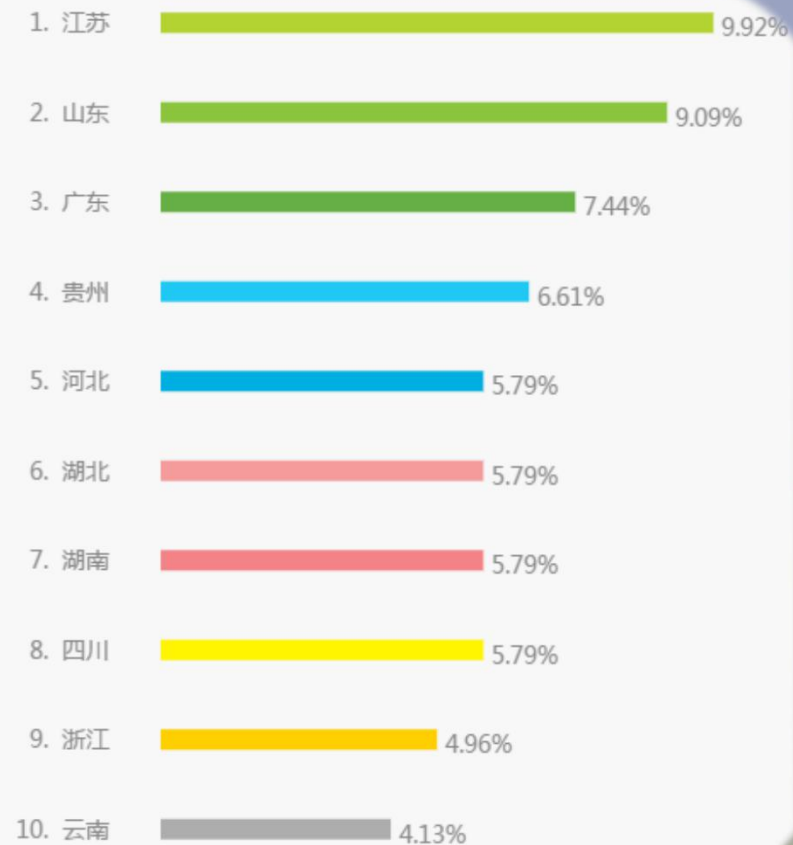
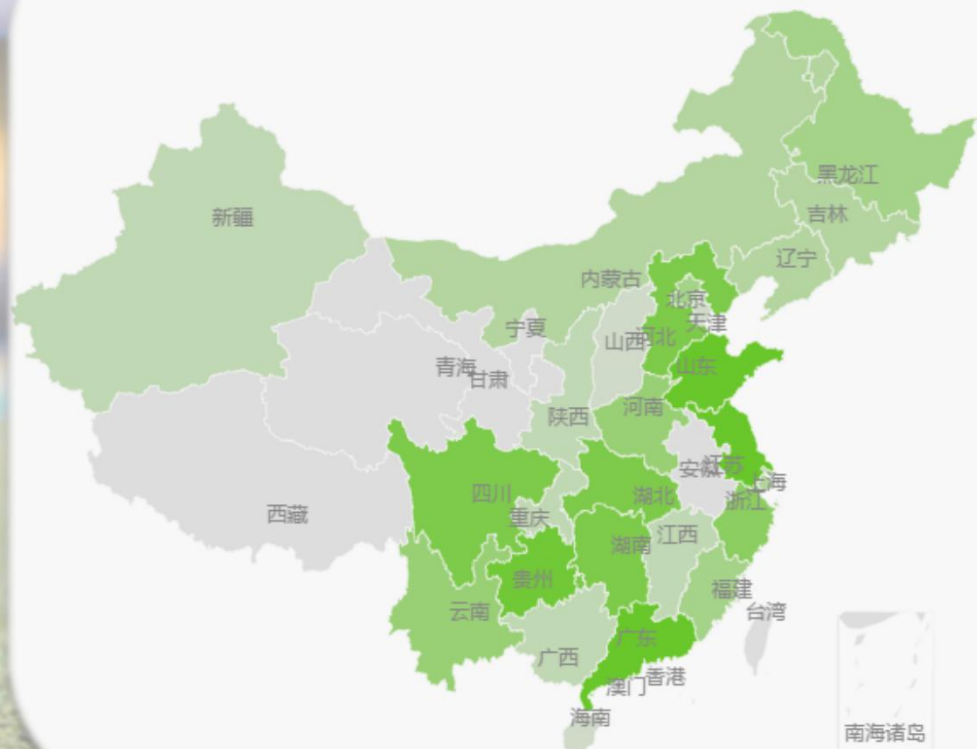
数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



阿里健康 - APP数据

使用区域占比

沿海省份用户较多（江苏，山东，广东）





平安好医生 - APP数据

截止2018年9月 APP数量**573万台**

573 (万台) -0.9% ↓

2017年10月至2018年9月平安好医生月度独立设备数

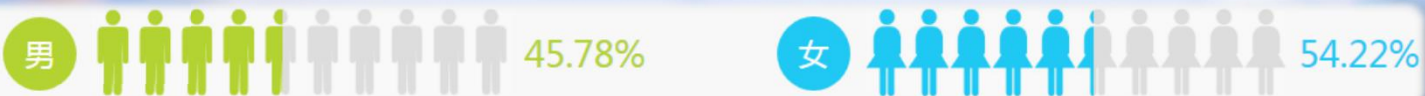


数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



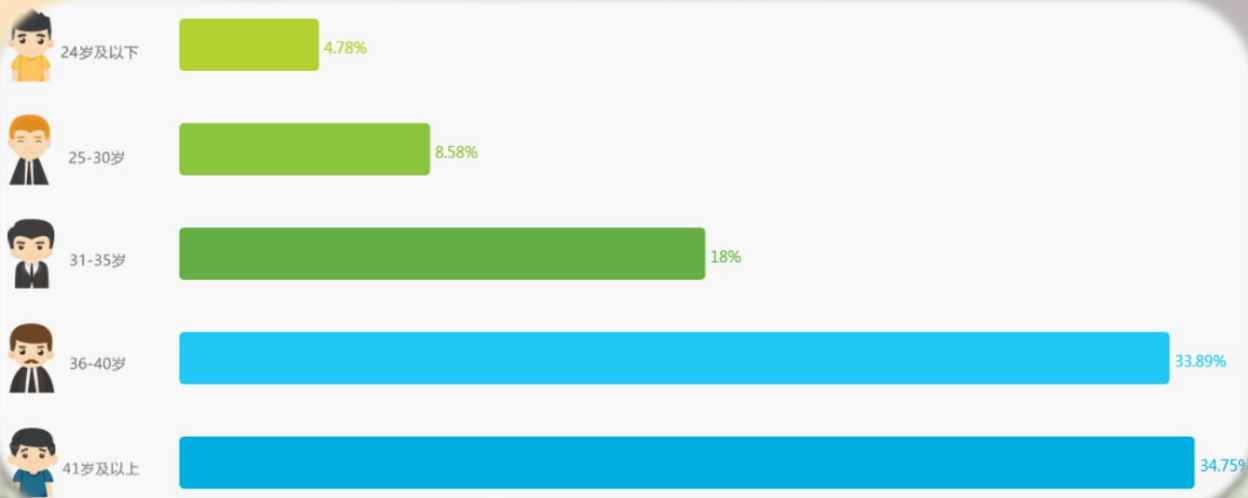
平安好医生 - APP数据

使用人群性别占比



男 45.78% 女 54.22%

使用人群年龄占比



41岁以上 占总数 34.75%

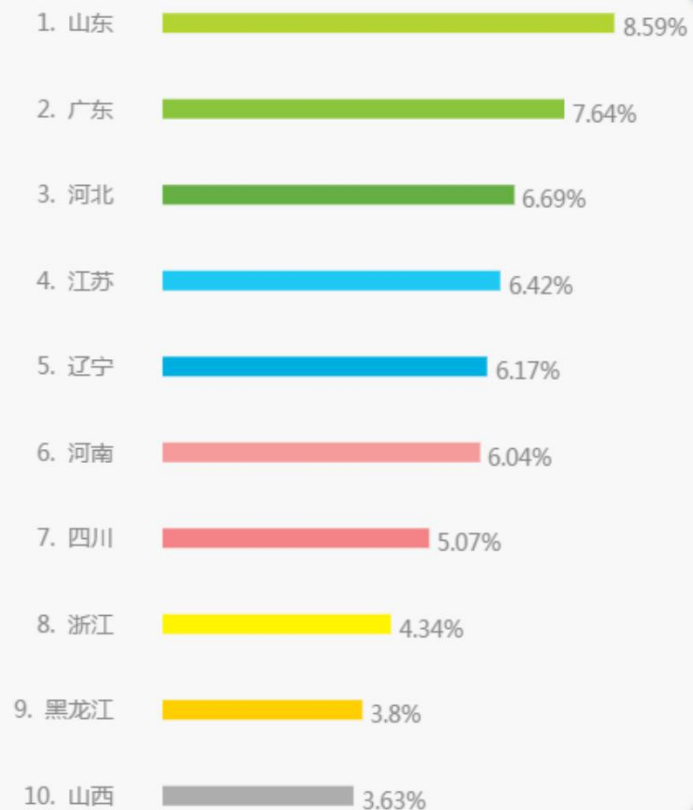
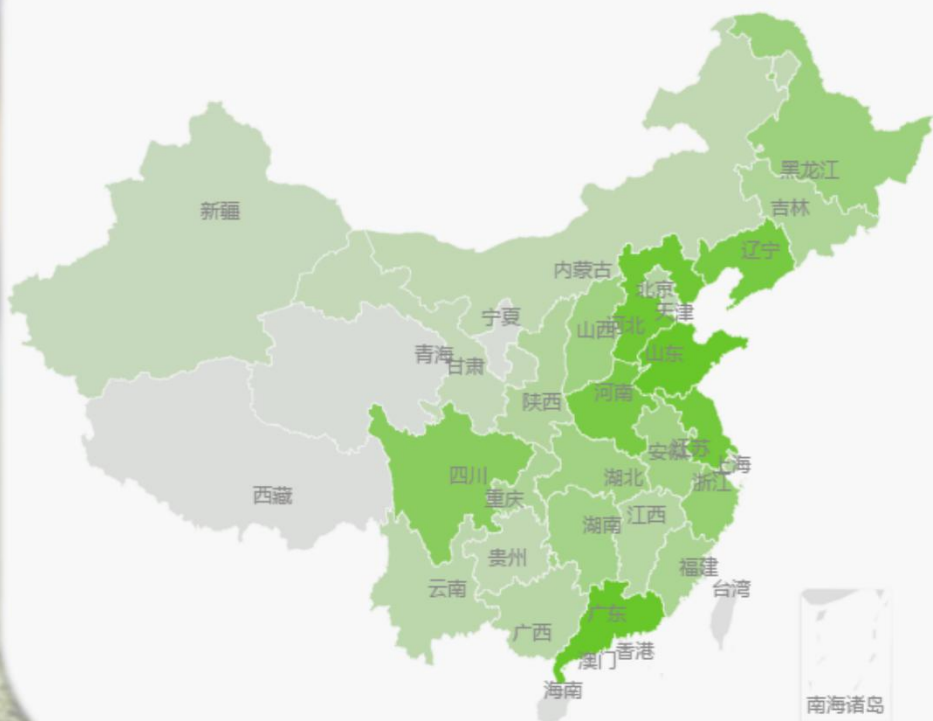
数据来自艾瑞数据，统计日期截止2018年9月



平安好医生 - APP数据

使用区域占比

沿海省份用户较多（江苏，广东，湖北）



总结 - 月独立设备数



总结 - 设备曲线图

设备曲线图



总结 - 设备数量分析

设备数量

用户基数+运营内容

-深挖产品逻辑，凸显服务品牌

平安好医生APP占比高于其他5大竞品

分析6大竞品流量获取来源/成本/留存

产品功能/活动/运营3大方向分析用户选择意向

分析价值点：健全爱睿智APP功能及调整运营方向

总结 - 爱睿智 - 品牌建立

流量获得路径

- 线上**服务流程优化**（统一输出口径/侧重用户体验/服务现有流量）
规划：公众号文章改版/家庭医生重新包装

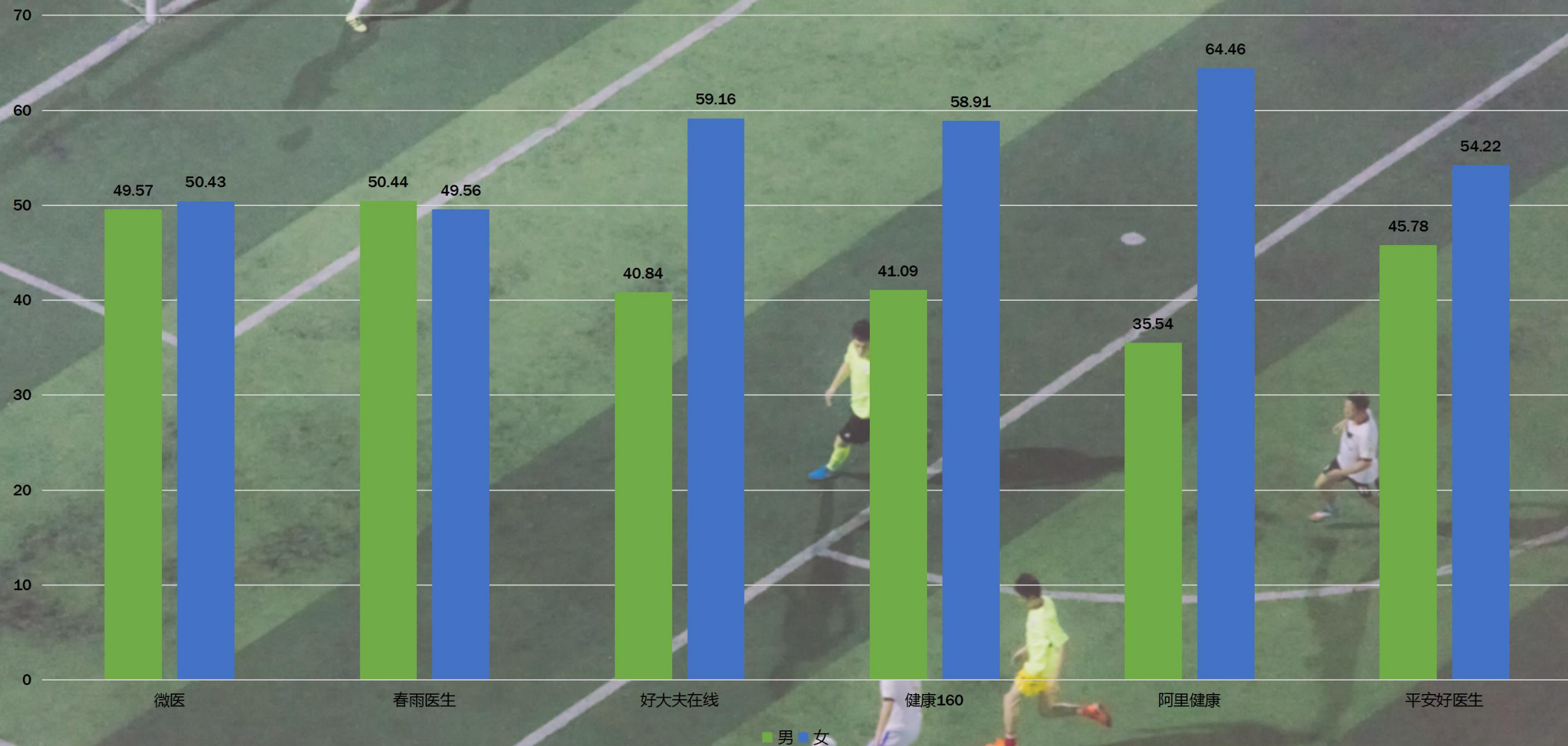
紧捉当下热点

- 现有产品**结合热点曝光**（热点海报/推文/小视频）
规划：预先做节假日海报，健康资讯热文等

重点体现服务

- 营销活动**促进用户体验**（重新定位家庭医生服务/体验）
规划：线上家庭医生体验/分享

总结 - 使用人群性别占比



总结 - 使用人群年龄占比



总结 - 性别&年龄&地区分析

性别&年龄&地区

用户画像+聚焦关注

-确定用户习惯，植入品牌服务

男女比例约为 45% : 55%

受众人群年龄36岁以上占整体55%

沿海省份较多

根据对应人群习惯针对投放内容/形式/渠道

分析价值点：针对性完善并筛选“爱睿智”渠道

总结 - 爱睿智 - 品牌建立

精准投放对比

- 线上**曝光渠道调整** (渠道分级化/渠道测试/分)

规划：沿海省份曝光渠道推送

产品针对调整

- 年龄关怀定制**软广** (针对群体打造多形式品推资源)

规划：高频问候，软广植入等

话题引起共鸣

- 互动素材**引起用户互动** (提高线上咨询率/加深用户粘性)

规划：线上家庭医生互动

总结 - 竞品亮点分析

-微医 - 持续活动提高粘度

与生活相关（商城服务体验/产品促销）

例：岳阳膏方节

价值点

通过活动提高用户关注和体验运营服务

秋冬滋补的健康食疗

XX人群关怀月XX系列产品折扣

妈妈必备，食出健康



总结 - 竞品亮点分析

-微医 - 产品软广软推

打消用户疑虑（商城产品拆箱/产品对比）

例：实物评测



价值点

通过产品/服务剖析提高用户购买

如何泡出一壶健康的“中年枸杞茶”
找到你的三高之友



总结 - 竞品亮点分析

-微医 - UGC/PGC培养

分类用户关注（以群体资讯）

例：宝妈秘籍

价值点

标题/运营内容引导用户互动

父母在，不远游，游必有“方”

男人三十那些事

关爱程序猿（脊椎护理小科普）



总结 - 竞品亮点分析

-健康160 - 0元/免费/无门槛体验

与生活相关（商城服务体验/产品促销）

例：壹加壹口腔0元试戴

价值点

通过无门槛体验吸引用户关注

XX保险邀您免费洁牙

广州XX医院名医义诊福利等你来



总结 - 竞品亮点分析

- 好大夫在线 - 以挂号为首页

营造挂号公益形象（无商硬推元素）

例：青少年脊柱畸形

价值点

通过首页无商来构建专业形象

预防你的发际线高移
如何启发你的孩子



APP功能 - 产品分析

功能板块

- 结合现有项目进行对比/分析/提炼，**获得迭代灵感**
- （预约挂号，导诊功能，在线问诊/咨询，健康档案/工作/任务）

服务板块

- 通过服务的对比进行自我优化，**增加服务项目，提高服务质量**
- （绿色/协调就医，线下诊所，私人/家庭医生，专项管理/服务，海外就医，体检服务）

资讯板块

- 竞品对比，**给予爱睿智内容，形式呈现的创新**
- （文章，课程，直播）

商城板块

- 从健康，药店两联整合分析
- **增加我们商城类目，丰富产品，完善商城运营**

社交板块

- 从APP现有社交功能进行分析（论坛/贴吧）
- **增加用户粘性功能，提高与用户互动**

特色板块

- 收集特色/亮点/受众，知己知彼
- **模仿/调整/优化竞品特色，设计为爱睿智定制活动/特色**

运营板块

- 通过运营/活动/用户社群/对用户继续引导
- **提高新关注，提高点击，提高购买，提高粘性，提高忠诚度**

APP功能 - 功能举例

预约挂号 - 根据用户的需求完善挂号相关



微医



开通了“患者报到”

预约挂号人数

评价区增加了锦旗



平安好医生



黄历查询

海外医疗可通过
海外就医助手图文咨询

我的预约浮窗（预约记录）

APP功能 - 功能板块



预约挂号



普通的挂号功能
根据病情
推荐医生、推荐医院



微医

普通预约挂号

开通了“**患者报到**”功能

可提交诊断结果，简化复诊流程

部分医院挂号能线上支付

动态显示可挂号的医院总数

部分医生预约页面有医助对话浮窗；可查看医生排班进行在线咨询

超级会员可以有更新号源提醒

医生有评价区增加了锦旗



好大夫在线

根据科室疾病找医生挂号

可以**远程视频门诊**

可按疾病或找全国的医生

可查看医生排班进行在线咨询



健康160

全国三甲医院，港澳台

海外免费预约挂号



春雨医生

名医挂号-网络医院

(河北燕达医院)

唯一一家



阿里健康

接入各个平台

(卫计委提供的

广州健康通挂号平台

和各医院自有挂号平台)



平安好医生

普通的挂号功能

根据病情推荐医生、推荐医院

黄历查询，我的预约浮窗（预约记录）

海外医疗可通过海外就医助手图文咨询

APP功能 - 功能举例

导诊功能 - 引导用户完成挂号动作



微医



新增了医院排名

AI智能查找数
输入信息智能推荐医生

按地区、科室两个维度
筛选排名，提示医院最近
可约科室的时间、今日
医生热版



平安好医生



按疾病，
按医院找医生

胡润好医生排行榜

智能导诊
填写问题推荐医院

APP功能 - 功能板块

导诊功能



按疾病
按医院找医生



微医

多种导诊方式入口多，维度广
减少用户第一次看病
不知道怎么挂号的问题
新增了医院排名：按地区、科室两个
维度筛选排名，提示医院最近可约科
室的时间、今日医生热版；
AI智能查找，输入信息智能推荐医生



好大夫在线

找医生
可按疾病或找全国的医生
并可查看医生排班进行在线咨询在线



健康160

就医指南
常见疾病疾病导诊
按科室 和医院分类、找名医挂号



春雨医生

症状自诊
根据客户提交的症状
分析出客户可能患有某疾病
有人体图和症状列表两个自诊方式



阿里健康

对应症状 - 填写相关问题
得到预诊建议和推荐科室
由好人生集团旗下“绝世好医”提供
与美国梅奥开发智能预诊分诊系统



平安好医生

按疾病，按医院医生
引导到用户：胡润好医生排行榜
智能导诊，填写问题推荐医院

APP功能 - 功能举例

在线问诊 - 用户线上完成问诊动作



微医



专家付费问诊
(含图文问诊、视话问诊)

强调时效性
10分钟回复及一问多答



平安好医生



平安好医生全职24小时在线
(免费)
金牌医生60秒接诊19.9元

三甲名医在线提供健康咨询
支持图文/电话/视频等方式

新项目检查单: 咨询后-开出检查单-在线支付费用-预约检查时间和机构-到检-平安好医生查看报告-再咨询医生复诊

APP功能 - 功能板块



在线问诊/咨询



专属家庭医生
及健康管家实时在线交流
专属性强，响应快
服务时间7天*8小时



微医

有健康贴士推文
专家付费问诊
(含图文问诊、视话问诊)
强调时效性10分钟回复
一问多答



好大夫在线

免费3条对话，引导付费咨询
根据疾病或医院
可以找到全国排名前几的知名专家
在线图文、挂号、视频与医生交流
后面推荐二甲和三甲医院医生回到
三甲医院咨询费19元，二甲医院9元



健康160

名医(图文咨询，24小时咨询回复
率100%。电话、视频咨询。)
按医院、按科室、按疾病



春雨医生

找医生
(专家图文和电话咨询、
私人医生和院后指导)
平台推荐的医生专业度较高



阿里健康

与平台智能客服对话后自动匹配医生
或自选医院医生付费咨询
(图文、电话、视频) 收费不一致
接入好大夫在线-妈咪知道



平安好医生

三甲名医在线提供健康咨询
支持图文/电话/视频等方式
7*24小时值班医生在线回复及时
中国好医生电话问诊节目
平安好医生全职24小时在线(免费)
金牌医生60秒接诊19.9元
新项目检查单：咨询后-开出检查单-在线支付费用-预约检查
时间和机构-到检-平安好医生查看报告-再咨询医生复诊

APP功能 - 功能板块



健康档案



多年体检报告
病历整理入档
并及时更新
健康管家
给与**健康指导与监督促进**



微医

该功能记录了婚育史、手术
外伤、家族疾病史、药物/食物
接触物过敏史、个人习惯。
“信息仅供主治医生查看”



好大夫在线

我的处方、会诊/手术单、
我的检查单
(需要用户就诊后的记录)



健康160

无专项功能



春雨医生

找身高体重等基本健康信息
生活习惯、专属病历
等记录功能



阿里健康

无专项功能



平安好医生

可以根据咨询问题系统进行记录
客户能自主添加病历

APP功能 - 功能板块



健康工具



慢病指标监控硬件接入



微医

健康自诊，一个导诊工具。
选择部位后根据症状填写问题后
给出可能的疾病和相关科普知识、
相关问诊、相关医生
我的频道包含女性、儿童、中医
3个主题性H5页面，体质评测



好大夫在线

疾病日记、用药日记



健康160

无专项功能



春雨医生

计步器、姨妈助手、健康测评



阿里健康

无专项功能



平安好医生

计步器、经期记录、健康评测等工具

APP功能 - 功能板块

健康任务



无专项功能



微医

在规定周期内
学习视频、图文课程
完成自选的健康计划
每日完成有金币奖励
找不到相关板块



好大夫在线

无专项功能



健康160

无专项功能



春雨医生

定期推出新的计划
在规定周期内
学习视频、图文课程
完成自选的健康计划



阿里健康

在规定周期内
学习视频、图文课程
完成自选的健康计划



平安好医生

在规定周期内
学习视频、图文课程
完成自选的健康计划
有每日提醒设置

APP功能 - 服务板块

绿色/协调就医



微医

有VIP付费服务
但只能预约入驻平台挂号的医生
没法指定专家



好大夫在线

专属医疗顾问
对症推荐平台内名医
安排专家的咨询、面诊、手术等
(499-5000/年)



健康160

有此服务
但资源少
只有深圳的资源



春雨医生

针对企业用户开放
个人用户不提供服务



阿里健康

无专项功能



平安好医生

无专项功能
只有线上的挂号功能



为客户提供
三甲医院副主任级别
及以上医生预约就诊
(指定专家)
并提供陪诊服务

APP功能 - 服务板块

线下诊所就医



微医

微医全科3个诊所

(杭州萧山、南京雨花、北京西单)

全科服务内容需要会员权限

6000、12000元/年/位两个套餐



好大夫在线

无专项功能



健康160

无专项功能



春雨医生

无专项功能



阿里健康

无专项功能



平安好医生

无专项功能



暂时开放卓智
(广州/深圳) 诊所
接下来会加入全国连锁诊所

APP功能 - 功能举例

私人/家庭医生 - 为用户提供专属医疗服务



微医



有尊享健康计划、悦享健康计划、小绿芽儿童健康成长计划，看不到具体详情

微医全科3个诊所
(杭州萧山、南京雨花、北京西单)
全科服务内容需要会员权限



好大夫在线



“专科+全科”的团队
向基层患者提供规范、专业的慢病管理服务

会员标识、每月10次线上、电话问诊，视情况给与线下挂号和住院指导和帮助

有育儿、两性、精神和心理、老年分类。

APP功能 - 服务板块

私人/家庭医生服务



微医



好大夫在线



健康160

微医全科3个诊所
(杭州萧山、南京雨花、北京西单) 全科服务内容需要会员权限
6000、12000元/年/位两个套餐
之前那的产品没有显示。
新加家医通会员制产品：
有尊享健康计划、悦享健康计划、小绿芽儿童健康成长计划，看不到具体详情

“专科+全科”的团队
向基层患者提供规范、专业的慢病管理服务
线上咨询，私人医生电话2次/月
私人医生专区（没有固定价格、根据医生的定价收费）
有育儿、两性、精神和心理、老年分类。
权益：会员标识、每月10次线上、电话问诊，视情况给与线下挂号和住院指导和帮助

平台上的几个专家
以单次收费
1次的图文、电话咨询
复诊首付另外计算
私人医生：有按周、月的服务套餐
主要还是咨询问诊服务



春雨医生



阿里健康



平安好医生

按照医生的收费有不同的价格
59-500/周不等
服务内容包括：
服务期内随时咨询不限次咨询

无专项功能

无专项功能



在平台上为客户
提供包年不限次的
家庭医生在线咨询的服务

APP功能 - 服务板块



专项管理服务



微医

专项服务包，几个病种的专项服务
包括该领域专家线上
视话咨询，建议治疗方案



好大夫在线

小手术诊疗套餐
(对于需要专家手术的患者
可以在线邀请专家去患者所在的
城市(北京)做手术)



健康160

与私人医生的内容重复
平台上的几个专家单次收费
1次的图文、电话咨询
复诊首付另外计算。



春雨医生

个性化饮食方案36元；
其他是把医生咨询设置为单一专题



阿里健康

无专项功能



平安好医生

推荐医生、医院、科普文章
(自学) 对话课程的方式学习
慢病管理的
饮食、运动、监测知识
新增健康瘦身、医疗美容、健
康口腔、健康好眼镜等项目，
h5打开专题页



幽门螺杆菌服务包

APP功能 - 服务板块



海外就医



微医

只有赴美医疗服务



好大夫在线

无专项功能



健康160

160国际医疗专属页面
(美国、日本就医服务,
泰国生殖服务,
国际远程会诊服务。)



春雨医生

无专项功能



阿里健康

无专项功能



平安好医生

美国、日本、新加坡、台湾
名列前茅的医疗机构资源



美国、日本、香港
丰富的医疗资源

APP功能 - 功能举例

体检服务 - 协助用户找到，并使用体检服务



微医



新增三甲医院体检

新增美年、慈铭
微医全科的体检项目



平安好医生



主题体检banner

根据价格整合了几种体检卡
可选套餐较少
有检后服务

增加体检预约、体检报告解读、
客服在线咨询、体检资讯的功能
板块，海外体检卡（台湾、日本、
美国、瑞士等地区）

APP功能 - 服务板块

体检服务



微医



好大夫在线



健康160

几个套餐，选择较少

提供本地线下抽血采样服务

新增美年、慈铭、微医全科的体检项目和三甲医院体检

无专项功能

与体检品牌机构合作推出体检套餐
有团检服务、检前、后服务。



春雨医生



阿里健康



平安好医生

定制个性体检方案20元
无体检套餐选择

选择体检套餐/机构
有检后服务

根据价格整合了几种体检卡
可选套餐较少
有检后服务
增加体检预约、体检报告解读、
客服在线咨询、体检资讯的功能
板块，海外体检卡（台湾、日本、
美国、瑞士等地区）



检前服务：

个性化体检方案建议
并提供多套餐多机构的
体检方案供用户选择

提供检后服务：

报告解读
异常项复查复诊

APP功能 - 资讯板块



文章



健康科普



微医

看点
普通的资讯内容之外，新增健康头条板块、医生原创文章。



好大夫在线

健康（专家文章阅读）阅读部分医生文章需要交费



健康160

健康悦读
（提供相关类书籍阅读科普知道要点）
咪咕健康悦读20元/月，50本书



春雨医生

科普



阿里健康

名医说



平安好医生

健康科普
医生说、问答

APP功能 - 资讯板块

课程



无专项功能



微医

无专项功能
新增了微医讲堂，
有付费课程和免费课程



好大夫在线

无专项功能
新增付费和免费视频课程和视频访谈



健康160

160微课堂



春雨医生

名医开讲



阿里健康

无专项功能



平安好医生

录播视频课程，内容多样
小视频

APP功能 - 资讯板块

直播



无专项功能



微医

无专项功能



好大夫在线

无专项功能



健康160

160微课堂



春雨医生

春雨直播



阿里健康

无专项功能



平安好医生

直播，内容丰富
在直播界面可以跳转到商城，直播画面变小

APP功能 - 功能举例

商城 - 用户在APP可以使用商城购买药物，保健品完成闭环



微医



在线药房（选择药后必须咨询医生、在线支付、药品到家）、医药严选

新增5个分类

严选（故事、好货）
专题故事

商城营销运营活动



平安好医生



商品多样化
各专场划分明确
能一站式购买较为方便
各大药店专场，平台式的
商城运营

导购回复及时快速送
货上门
平安质保

专业药师实时提供用户用药咨询
在线开设电子处方
核心区域提供24*7服务
能承诺28-60分钟送货

APP功能 - 商城板块



健康商城



微医



好大夫在线



健康160

严选（故事、好货）专题故事
根据不同的症状推荐不同的产品
但商品总量较少

5个分类

（医疗服务：体检、基因。医疗保健：营养成分、滋补养生。

健康器械：保健器械、护理护具、智能健康。

健康食品：健康饮品、健康小食、杂粮干货。

母婴居家：母婴用品、居家用品、健康洗护）

实物评测、达人推荐

无专项功能

药店有其他医疗产品卖



春雨医生



阿里健康



平安好医生

网上药店（益丰大药房）

无专项功能

商品多样化，各专场划分明确
导购回复及时快速送货上门
平安质保
能一站式购买较为方便
各大药店专场，平台式的商城运营



无专项功能

APP功能 - 商城板块



医药商城



微医



好大夫在线



健康160

严选 (故事、好货) 专题故事
根据不同的症状推荐不同的产品
但商品总量较少

在线药房 (选择药后必须咨询医生、
在线支付、药品到家)、医药严选

开药门诊 (需上传处方填写资料
或者要配合问诊才能开具处方药)
(开非处方药过程比较繁琐)
开好处方还需等30分钟内才审核通过

药店, 需要登记购药者信息。
慧医商城 (160药房)



春雨医生

网上药店 (益丰大药房)



阿里健康

寻药系统
(填写厂商名称、药名、
药品图片、手机号,
系统找该药流通信息)



平安好医生

专业药师实时提供用户用药咨询
在线开设电子处方
核心区域提供24*7服务
能承诺28-60分钟送货



无专项功能

APP功能 - 社交板块

论坛、贴吧



无专项功能



微医



好大夫在线



健康160

看点，资讯内容是站内医生发布
用户可以叠楼评论。

找号主（微博的方式做健康内容，
找大V，可以关注、挂号、提问）
大家帮（有奖回答，有偿围观）
一个问题多个专业的医生回答

文章后的叠楼评论

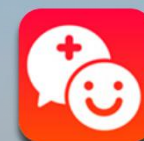
文章后的叠楼评论



春雨医生



阿里健康



平安好医生

文章后的叠楼评论

无专项功能

文章后的叠楼评论

APP功能 - 特色板块

特色服务



根据客户上传的
用药信息实时监控



微医

答题大PK活动
(健康趣味问答,
答对有奖励机制)
每月top榜、每周必吃、
健康大实话、幸孕锦鲤活动H5



好大夫在线

极速电话、名医电话
(上传报告,描述病情,
分配医生电话问诊19.9元起)



健康160

160母婴板块
与深圳当地多家母婴服务公司合作
开展服务含盖催乳开乳、月嫂、月子中心、
产后康复、产检、月子营养、摄影、游泳、
高端医疗等
有妈妈课堂和陪诊陪护服务



春雨医生

护士上门,部分地区
(上门、打针、
输液采血等)



阿里健康

无专项功能



平安好医生

步步夺金
(对接商城,可通过邀请好友点赞,
并根据购买及运动步数等方式累计健康
金根据健康金可兑换自己喜欢的商品)

APP功能 - 特色板块

特色服务



血糖、血压监控
客户可通过手工输入检测
数据至家庭医生技术平台
实时监控
异常提醒并及时回访



微医

和永安保险、
从安保险合作的特殊险种如：
糖尿病并发症保险
微医健康险与永安保险定制的
【微医健康保】和中国人口福利
基金会众筹
全国医联体联盟（互联网医院）



好大夫在线

远程门诊（患者在当地医生的帮助下，找北京、上海等地的大专家视频看病，由专家为患者出具诊疗方案，当地医生落实治疗）



健康160

口腔与同步齿科合作
医美：跟深圳当地整形美容机构合作
服务内容：预留其他地区机构入驻的入口



春雨医生

试管名医
（针对不育不孕，
泰国海外医生）



阿里健康

无专项功能



平安好医生

重疾险、健康险
在底部菜单栏上面嵌入一版包含保险、贷款、基金、特卖、生活缴费、游戏等多功能板块
微整形服务由新养提供
两个商城平台，把健康和医疗分开，融入了健康医疗生活的商城，并且有自己的一套用户成长体系。

APP功能 - 运营板块

用户积分体系



无专项功能



微医

健康币：签到、完成任务
用来兑换商品
首页、医助的浮窗



好大夫在线

好豆：虚拟币100:1
首页多了banner



健康160

积分和等级体系：积分用来抵现；
经验升级，等级越高权限越大（抽奖）
商场优惠券



春雨医生

金币：签到、分享、推荐、完
成任务获得金币，
用来抵扣咨询费用和兑换金币
商城的礼物



阿里健康

无专项功能



平安好医生

健康金：走路、邀约、分享、上课。
分享商城商品有佣金收获。
送问诊券、送红包可以购药抵用
健康生活通、拼团
健康金体系覆盖整个平台
底部菜单栏切换健康和医疗两个频道
健康菜单栏下隐藏一个多功能板块。

总结 - APP功能 - 方向指导



微医 - 多元化的健康模块

平安好医生 - 产品丰富电商平台

阿里健康 - 更多接地气实用板块

春雨医生 - 专业线上咨询服务

好大夫 - 注重医生医院资源

健康160 - 部分地区挂号资源丰富

爱睿智：

- 1、线上功能板块，选择更多实用的功能对接。
- 2、在产品体验优化上学习头部应用操作增强用户操作体验。
- 3、结合我们拳头产品定制化开发服务管理工具。
- 4、整合更多的健康·生活·运动类的资源打造更多元化的健康管理平台。



目录

catalog

Part.1

背景

Part.2

APP

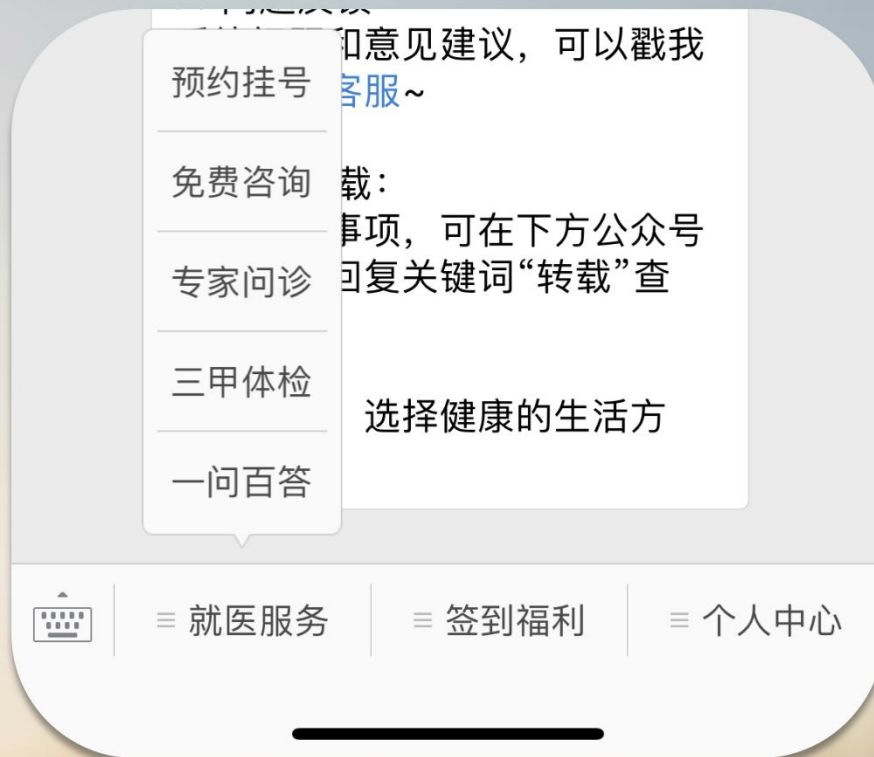
Part.3

公众号

Part.4

报告方案

公众号阅读量 - 微医 - 菜单设置



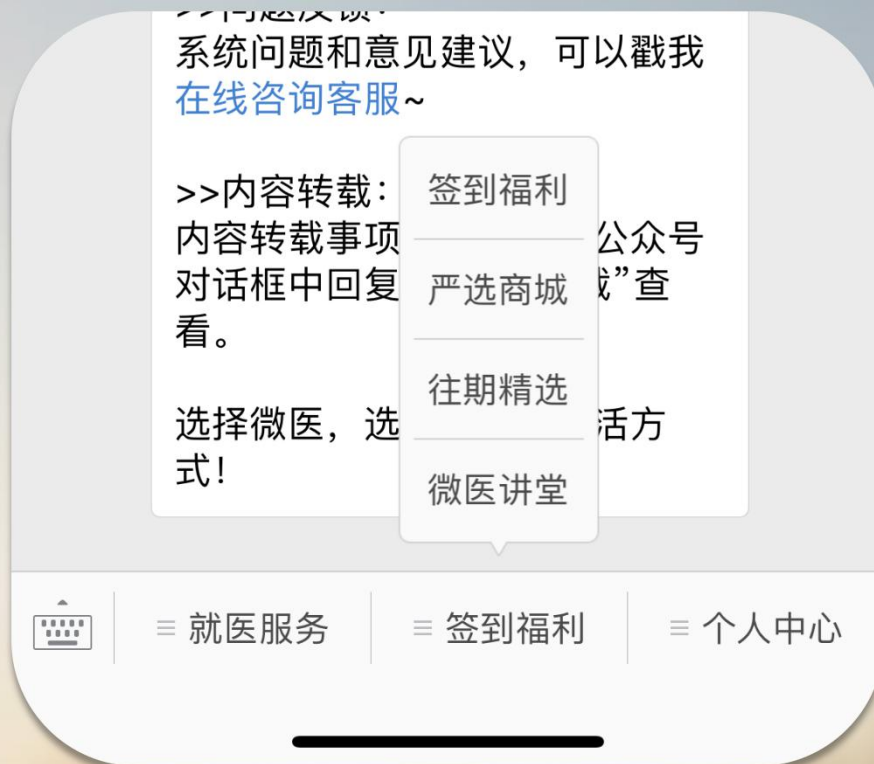
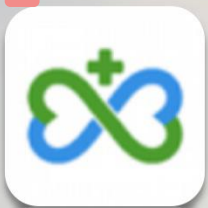
子菜单页面均为跳转到app/官方链接

1

体验功能 + 人群多（拉新）

- ① 预约挂号 - 解决挂号流量引导
- ② 免费咨询 - 提供咨询用户需求
- ③ 专家问诊 - 升阶服务/引导付费
- ④ 三甲体检 - 提供便捷
- ⑤ 一问百答 - 展示社群给新用户

公众号阅读量 - 微医 - 菜单设置



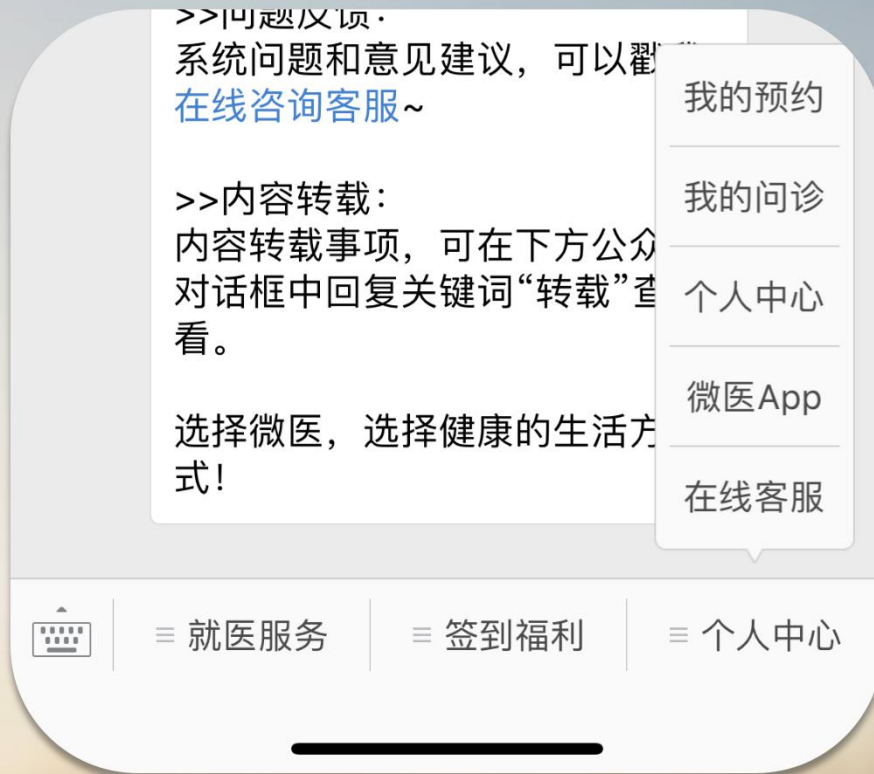
子菜单页面均为跳转到app/官方链接

2

运营引导动作（促活）

- ① 签到福利 - 利用签到吸引用户（粘度）
- ② 严选商城 - 结合福利做引导/促销/促成交
- ③ 往期精选 - 内容/产品推送，营造氛围
- ④ 微医讲堂 - “教导性”消费，活动运营

公众号阅读量 - 微医 - 菜单设置



子菜单页面均为跳转到app/官方链接

3

简便体验/筛选C端（筛选）

- ① 我的预约 - 方便用户在微信完善体验
- ② 我的问诊 - 用户体验 - 培养使用习惯
- ③ 个人中心 - 完善体验 - 增强用户印象
- ④ 微医app - 转化用户下载
- ⑤ 在线客服 - 完成售后/疑问解答

公众号阅读量 - 微医 - 往期回顾



文章特点：

- 1.每周三推送
- 2.每次共6篇
- 3.每次1-2篇原创
- 4.标题以问号或叹号为主
- 5.素材与生活相关

公众号阅读量 - 春雨医生 - 菜单设置



子菜单页面均为跳转到小程序/官方链接

简单粗暴

- ① 咨询医生 - 跳转小程序
- ② 我的咨询 - 跳转小程序
- ③ 个人中心 - 跳转小程序
- ④ 血压管理 - 官方链接
- ⑤ 小程序 - app体验入口（满足微信用户）

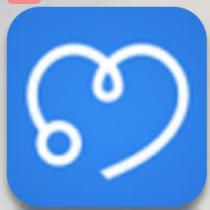
公众号阅读量 - 春雨医生 - 往期回顾



文章特点：

- 1.每周二推送
- 2.每次共7篇
- 3.原创较少
- 4.标题以问号或叹号为主
- 5.素材与生活相关
- 6.春雨系列文章互推（春雨健康科普）

公众号阅读量 - 好大夫在线 - 菜单设置



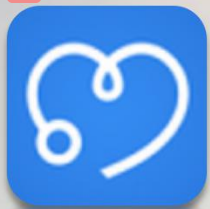
子菜单页面均为跳转到app/官方链接

1

用户需求习惯推荐（闭环）

- ① 在线咨询 - 线上咨询，引导使用
- ② 电话咨询 - 升阶服务/引导付费
- ③ 搜索疾病 - 分类资讯及医生资源
- ④ 下载APP - 转化用户下载
- ⑤ 我的账户 - APP账户登陆

公众号阅读量 - 好大夫在线 - 菜单设置



子菜单页面均为跳转到app/官方链接

2

科普资讯

- ① 历史文章 - 公众号往期推文
- ② 疾病知识 - 疾病资源论坛

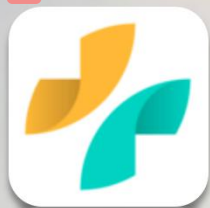
公众号阅读量 - 好大夫在线 - 往期回顾



文章特点：

- 1.没有固定时间推送
- 2.每次**1篇**
- 3.每篇**都是原创**
- 4.标题以问号或叹号为主
- 5.素材与生活相关
- 6.文章**留言互动较多**

公众号阅读量 - 健康160 - 菜单设置



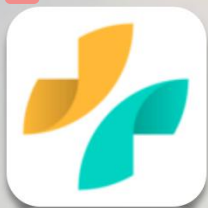
子菜单页面均为跳转到app/官方链接

1

用户需求习惯推荐（闭环）

- ① 预约挂号 - 挂号需求用户为拉新入口
- ② 在线购药 - 形成闭环，线上解决
- ③ 精选保险 - 捉“预防”提供给用户
- ④ 查报告单 - 结合体检解读完善体验
- ⑤ 健康体检 - 提供体检可以一体解决

公众号阅读量 - 健康160 - 菜单设置



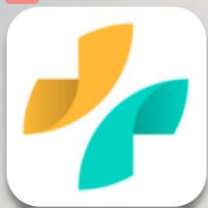
子菜单页面均为跳转到app/官方链接

2

挑选热门话题资讯推送

- ① 健康吃 - 以吃结合吃疗相关贴切
- ② 睡好觉 - 以焦虑提供搜索获取用户
- ③ 慢病管理 - 针对三高等慢病用户
- ④ 女性健康 - 用户女性占比高
- ⑤ 两性健康 - 线上解决隐晦和避而不谈问题

公众号阅读量 - 健康160 - 菜单设置



子菜单页面均为跳转到app/官方链接

3

用户习惯体验

- ① 快速问医生 - 线上解决就医需求
- ② 我的主页 - 加深用户对公众号认知
- ③ 健康拼团 - 利用“拼团”加深活度
- ④ 家长自测 - 提供简易互动引导分享
- ⑤ 宝妈主页 - 人群定分培养种子用户

公众号阅读量 - 健康160 - 往期文章



文章特点：

- 1.没有固定推送时间（频率较高）
- 2.生活相关文章较多
- 3.几乎没有原创
- 4.标题党较多

公众号阅读量 - 平里健康 - 菜单设置



1

工具集合

- ① 找药平台 - 医药电商
- ② 医知鹿 - 疾病指南 生动科普 医学智库
- ③ 问题疫苗排查 - 热点筛查
- ④ 名医义诊 - 跳转app

公众号阅读量 - 平里健康 - 菜单设置



2

常规资讯

- ① 公司官网 - 借助阿里名气
- ② 招聘信息 - 应聘信息
- ③ 联系客服 - 400电话
- ④ 云医师招募 - 表单
- ⑤ 这是骗子小心 - 声明

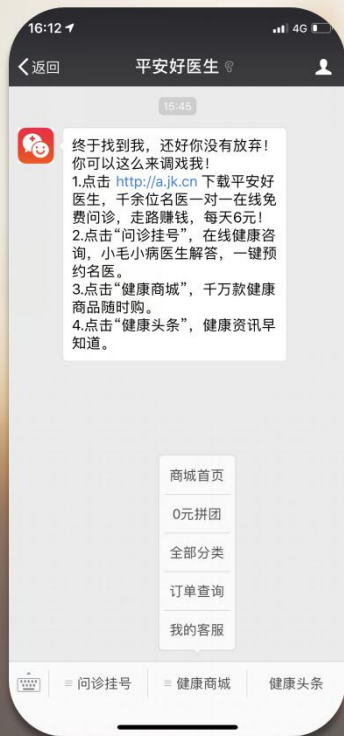
公众号阅读量 - 平里健康 - 往期回顾



文章特点：

- 1.没有固定推送时间
- 2.原创较多
- 3.标题以问号或叹号为主
- 4.素材与“阿里”系列相关

公众号阅读量 - 平安好医生 - 菜单设置



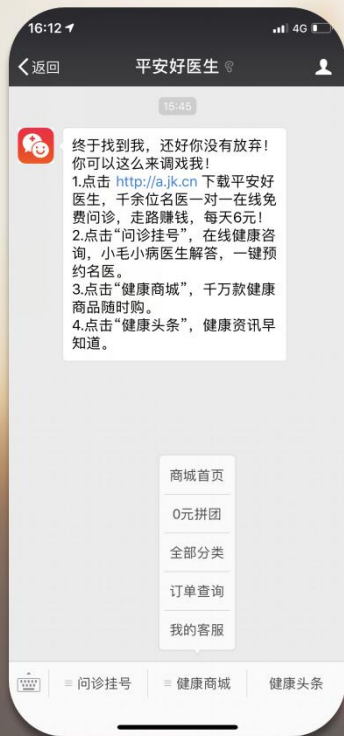
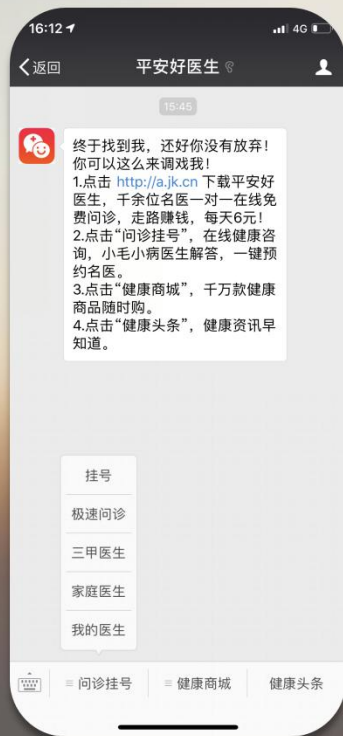
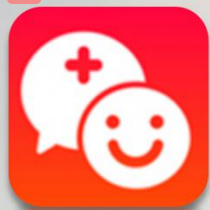
子菜单页面均为跳转到app/官方链接

1

问诊5连菜单

- ① 挂号 - 挂号需求用户为拉新入口
- ② 极速问诊 - 线上咨询，引导使用
- ③ 三甲医生 - 升阶服务/引导付费
- ④ 家庭医生 - 社区卫生服务中心
- ⑤ 我的医生 - “我的”加深粉丝印象

公众号阅读量 - 平安好医生 - 菜单设置



子菜单页面均为跳转到app/官方链接

2

商城的功能微信体验

- ① 商城首页 - 线上商城入口
- ② 0元拼团 - 活动引导用户（额度消费）
- ③ 全部分类 - 商城细分
- ④ 订单查询 - 用户订单系统
- ⑤ 我的客服 - 反馈收集

公众号阅读量 - 平安好医生 - 往期回顾



文章特点：

- 1.每周六推送
- 2.每次共4篇
- 3.原创较少
- 4.标题以问号或叹号为主
- 5.素材与“平安”较为相关

总结 - 公众号粉丝预估量



总结 - 公众号阅读量



定位

- APP功能体验/引导/转化/商城入口

粉丝

- 公众号作为用户入口（利用微信多用户及便捷）

计划

- 较好的运营有固定推送计划/营运活动

总结 - 公众号定位分析

公众号定位

APP功能体验+商城入口 -增强优化粉丝体验

微医整体定位以微信为拉新入口

其他5大竞品皆增设挂号入口（流量入口）

产品体验/活动运营 引导用户转化下载

分析价值点：爱睿智改版增设流量入口突出运营

公众号粉丝

拉新+留存 -提高公众号质量

微医活跃170W粉丝 远超APP设备数
其说明转化app难度较大，且成本相对较高
大部分用户可能只使用其中1-2项功能

分析价值点：用户习惯影响粉丝及设备数

运营计划

通过运营展示服务质量 - 口碑需要借助 “口”

微医粉活跃较多 同时原创及内容较为贴切
通过公众号，结合APP设备曲线及健康指数制定计划
取标题、发送时间、蹭热点、分发渠道、精准受众、活动设置等

分析价值点：提高阅读 - 转化成粉丝 - 分享

总结 - 爱睿智 - 品牌建立

公众号定位

- 体验 + 服务 = 转化 (产品简单化/活动引导服务/转化忽略载体)
规划：公众号增挂号/问诊/商城

公众号粉丝

- 引导 + 曝光 + 活动 (定期活动/文末互动/活动载体)
规划：活动设置针对性，换取关注度

公众号计划

- 定期 + 目的性 + 持续 (季度计划/预热计划/运营计划)
规划：3/9/12月计划 (曲线峰值规律)



目录

catalog

Part.1

背景

Part.2

APP

Part.3

公众号

Part.4

报告方案

总结 - 报告方案

报告方案Plan.A 建立品牌（前期）公众号



1. 子菜单调整 ★★★★★
(加入功能性菜单)
2. 设置运营计划 ★★★★★
(短长线计划)
3. 推文版本更新 ★★★
(标题, 排版, 发送时间, 蹭热点, 分发渠道等)
4. 定期活动 ★★★
(自营活动/异业合作活动)
5. 联动运营 ★
(公众号互推/app, 官网, 商城统一输出)

总结 - 报告方案

报告方案Plan.B 建立品牌（前期）APP



1. 突出体验 ★★★★★
(降低体验门槛, 加强互动)
2. 强化引导逻辑
(注册/签到/数据入驻/抽奖/转发)
3. 限时限量活动 ★★★★★
(活动引导用户“抢”“占”“预约”)
4. 推送/启动页/banner轮播 ★
(轮播形式加强用户对服务的认知)
5. 应用市场优化 ★
(权重/搜索/评论/排名)

总结 - 报告方案

报告方案Plan.C 建立品牌（前期）渠道



1.测试评估分发渠道★★★★★

（根据已有渠道分析效果）

2.新增渠道

（根据人群习惯爱好）

3.SEO/软文推广营造形象★★★★

（模式/活动/服务评论/等）

4.寻找合适渠道★

（自营活动/异业合作活动）

总结 - 报告方案

报告方案Plan.D 建立品牌（前期）产品



1. 产品形象包装 ★★★★★
(优化现有服务流程/线上选择实用功能对接)
2. 产品体验优化上学习头部应用操作
(增强用户操作体验/引导动作产品/付费产品)
3. 营造“品牌产品” ★★★
(结合我们拳头产品定制化开发服务管理工具)
4. 整合更多的健康·生活·运动类的资源 ★
(打造更多元化的健康管理平台)

总结 - 报告方案

报告方案Plan.E 建立品牌（前期）服务



- 1.引导用户体验 ★★★★★
(例：打造产品服务应用场景)
- 2.引导用户试用 ★★★
(例：每周限时服务互动送名额)
- 3.引导用户提出需求
(例：服务体验优化互动)
- 4.引导用户付费 ★
(例：限时套餐付费体验/抢购)
- 5.引导用户分享 ★★★
(例：分享推文/服务流程获得XX名额)

抛砖引玉

感谢大家给予机会与时间 让我进行竞品分析
知己知彼 方能百战百胜

我们熟悉对手 也尊重市场 捕捉需求 也创新行业

让我们一起努力 把爱睿智发展得更好

A low-angle, close-up shot of three runners' legs and feet as they jog on a paved path. The runner on the left wears black leggings and black sneakers with yellow accents. The middle runner wears white shorts over black leggings and bright teal sneakers. The runner on the right wears red shorts and blue sneakers with yellow accents. The background is a blurred chain-link fence and a bright, sunny outdoor setting.

Thanks
谢谢聆听