

康 养 进 家 门

服务宗旨：看则虚，做到实



➤ 康养进家门

01

养老服务项目概念及说明

02

市场调查和分析

03

市场细分与定位和发展战略

04

促销服务与市场价格策略

➤ 单击此处添加目录

01

养老服务项目概念及说明

➤ 养老服务项目的概念

现阶段，我国养老机构数目不能满足日益老龄化的社会发展，也就是说老人比例在不断扩大。



康养进家门则是提供一个网络订单或热线平台，将服务对象和服务者联系起来，直接提供上门服务，让居家养老成为现实。



➤ 养老服务项目说明

第一，从字面来看，不是真正的养老院，却享受跟养老院一样的服务。



第二，它是一个信息服务平台，



第三，同时对服务质量进行监督，在家也能享受到便捷的养老。



第四，通过平台下单方式，以家政服务为依托，开展上门老年服务。

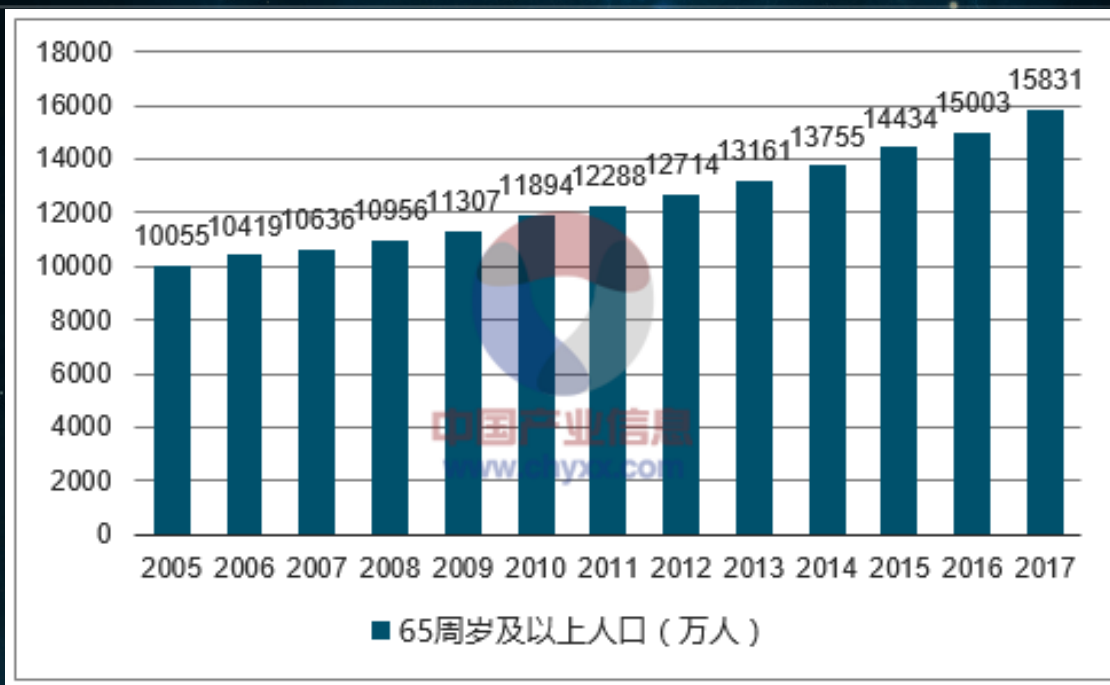


➤ 康养进家门



➤ 市场调查和分析

➤ 市场调查



以上图表表明我国老年人绝对数量大，发展态势迅猛。如此巨大的老年人口增长速度和增长质量让我国较其他国家提前进入了老龄化社会。

➤ 市场分析

我国老年人绝对数量大，发展态势迅猛。



地区间发展不均衡，城乡倒置。







高龄化趋势加剧。独居老人和空巢老人增速加快，比重增高。



➤ 康养进家门



➤ 市场的定位和发展战略

-  老年人的健康护理方面
-  老年人日常生活困难饭方面
-  老年人社会交往与社会参与方面
-  老年人合法权益的服务



➤ 发展战略

01 成本

开发建成“养老进家门综合服务网”，利用大数据技术，建立全区老年人基本信息数据库



02 示范带动

配合政府提供的相关养老政策，建立健全一个真正的为老、敬老、养老服务体系。



03 坚持社会效益和经济效益相统一

赚取一定差价保本运营。

04 价格设计

通过月卡，年卡等优惠锁定长期客户



05 合作

同医院，家政服务公司，学校等进行合作，建立良好的伙伴关系



➤ 康养进家门

04

➤ 促销，拓展市场策略与设计

➤ 市场策略



宣传

在本平台，医院官方微信公众号平台，微博自媒体等途径进行宣传

目标市场

居民住宅区，家政公司，医院，传统养老院，社区，银行等

优惠价格

凭老年证优惠，亲友团优惠，每年季度回馈等



价格定价

月卡制度

以120元一天的定价算满一个月

年卡制度

以定价3200元一个月算满12个月，需提前支付一个月的三倍价格作为押金，达到两个月时开始每个月返还1000元，以锁定长期客户

每年的季度回馈

在原有的优惠政策基础上打折扣，或以每月返现的方式进行回馈，拉拢客户

合作伙伴

与家政服务公司和医院合作，报给市场一定价格后赚取差价

➤ 预定的两种途径

在本平台系统直接预定

方案一：凭老年证可享受九折优惠
可根据年龄段不同可进行不同的优惠

方案二：亲友团
一次性五人组团可享受7.5折优惠，
组团越多折扣越低



通过合作方预定

方案一：根据市场定价后，合作方报价之后，我们赚取中间差价

方案二：合作方介绍客户后，按照本平台的预订价格给顾客之后，再给予合作方一定的回扣

➤ 主要成员



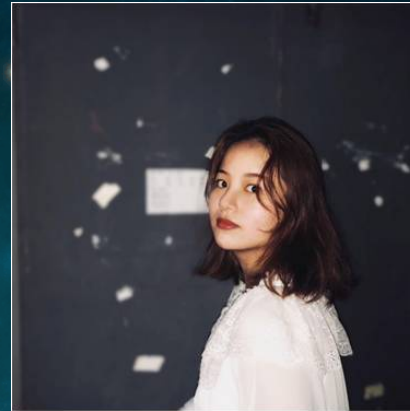
谭淑月
负责项目背景分析



李栋良
负责主要业务与合作的方向



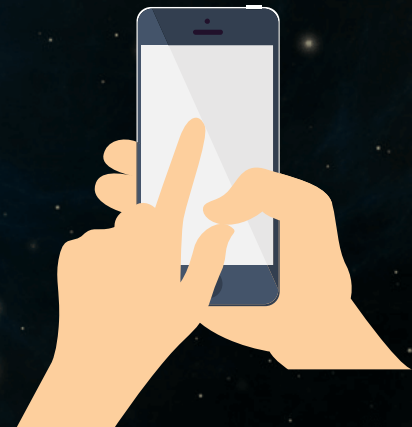
占璐华
项目负责人
负责资源的整合与排版



贺茂森
负责市场定位与分析



刘师恩
负责项目的盈利方案



➤ 康养进家门



➤ 第一个五年工作计划

第一个五年计划

第一年：
加强走访住宅区，加大
宣传力度，寻找合作方
建立合作关系。

第二年：
回访客户群体，积极寻
找客户群体的意见和建议。

第三年：
发展已在本系统注册的老
年人，关注成果与现状

第四年：加强与合作方的
联系，同时寻找更多的
合作对象，不断的进行
宣传。

第五年，总结五年的发
展趋势为下一个五年做
好良好的计划与实施。

谢谢观看