

平安养生馆

成员： 1834315 黄沛东

1834303 陈健鑫

1834321 廖美婷

1834326 罗凤琪

1834311 高夏婷

1834318 李诗颖

1834343 张楚汶

1834340 易小漫

1834302 陈达铭

目录 Contents

01. 项目介绍

02. 市场分析

03. 风险预测

04. 市场营销策略

01. 项目介绍



◆ 项目介绍



项目名称：平安养生馆

经营范围：营养均衡的餐饮，舒适享受的保健，中药制作的家具用品

项目投资：48000 元

项目概况：由中医诊断，营养师呵养生师共同为顾客量身定做健康养生计划，以顾客的需求至上，让顾客享受美味，放松的同时，拥有健康的身体。

02 市场分析



◆ 市场分析



随着经济的发展和人民生活水平的提高，中国居民在养生方面的消费水平将逐渐增长，对自身的健康状况越来越重视，养生观念也不断提高，与现代高科技仪器和药物比较，人们更热衷于回归原始的养生疗法。养生保健服务业已成为新兴的一个朝阳产业正处于快速发展的上升态势而且市场规模扩大的空间依然很大。

03. 风险预测

- ◆ 选择经营场地的地理位置是否合理
- ◆ 对竞争对手的了解不足
- ◆ 管理制度不完善



预期最大困难——顾客养生计划

为了最大限度满足顾客体质需求，我们为顾客制定的养生计划会非常具有针对性，而每个顾客的需求不尽相同，这就给我们实施计划时增加了难度，各部门需求分工精确，切不可使客户养生计划混乱不堪。

04 市场营销策略



◆ 市场营销策略

1. 价格策略主要是指产品的定价，主要考虑成本、市场、竞争等。
2. 个性化营销即企业把对人的关注、人的个性释放及个性需求的满足推到空前中心的地位。企业与市场逐步建立一种新型关系，建立消费者个人数据库和信息档案，与消费者建立更为个人化的联系，及时地了解市场动向和顾客需求，向顾客提供一种个人化的服务，养生馆对顾客制度的个人养生计划即采用此法，是本馆的一大特色。
3. 产品策略，我们将餐饮，保健，中药制品一体化，为顾客提供了全方位的服务，满足其的多种需求，且产品理念符合消费人群养生的购买心理。
4. 促销策略：在开业期间，可实行就餐或保健送重要制品的优惠活动。节假日可实行在此店包月包年卡或购买中药制品满消费另送几次保健服务或营养餐，可让顾客买一产品享受另一产品，从而让顾客了解其他产品。

谢谢观看