

## 中医版大众点评（先北京）

### 第一阶段:信息聚合平台（3-6个月）

需要对北京中医和中医馆的规模、分布、从医资质、水平和生意好坏、收入水平进行调研

#### 1. 第1步：信息收集

- 中医和中医馆信息收集：针对北京大小中医馆以及单独从医的老中医一类进行信息收集。
  - 中医馆：包含中医馆的地址信息，医院评级，医院所有注册医生的说明
  - 中医：包含资质，擅长领域和从医时间，从医经历等
- 常见病症的信息收集
- 常见中药材的信息收集
- 中医领域信息收集
- 著名病例收集

#### 2. 第1.1步：评论

- 充分鼓励用户对平台上的中医和中医馆进行评价，建立完善的评级系统
- 充分鼓励UGC，建立互动（可与第2步的刺激品协同）

#### 3. 第1.2步：打标

- 建立多样化的打标系统（TODO：由市场决定）

#### 4. 第2步：初级线上引流平台

- 提供卡券类消费刺激品，增加平台的客户留存度。卡券的形式可以是：“扫码打折”，“代金券”，“团购”等。
- 暂不提供在平台交易的功能

### 第二阶段：线上引流平台（3个月）

#### 1. 第三方预约

- 平台提供预约入口（类似于挂号），病人可直接在平台（APP或网站）进行预约，也提供中医馆方管理平台

- 提供打包类产品，类似中医理疗，中医咨询类，以一定折扣销售[衡量获客成本与生命周期]

## 2. 培养平台自己的种子中医馆和种子医生

- 通过前期的积累，发掘一批种子医生和中医馆，也需要从规模、分布、从医资质、水平和生意好坏、收入水平这几点进行衡量
- 提供给种子医生和种子中医馆更多的平台补助和平台优势（隐性的），增强其对平台的依赖性

## 第三阶段：到家医生

通过积累的种子医生和种子中医馆，开始到家医生的模式，但在产品模式上与之前的有所区别

1. 前两个阶段的内容依然存在于平台，并是平台的核心内容
2. 在医生的打标中提供是否可“到家”的标签
3. 预约医生时，按打标提示到家服务业务，此时流程可与之前模式类似：
  - 中医馆派遣医生的方式：（前期的主要方式）降低平台的维护成本和法律纠纷，平台可适当补贴
  - 中医以个人的方式到家服务：与当前模式契合，需要考虑保险，责任等多方面内容

## 第四阶段：中药电商&售后服务

1. 与知名药店合作或挂名销售中药材，医生直接在平台上开具处方，病人则直接在平台上进行购买
2. 平台提供送药上门和代煎药等服务

## 补充阶段：从第二阶段下半期开始

1. 开始考虑如何接入西医！！！！