## 运营模式

**1.已有市场**

现阶段盲人用品市场尚不完善，盲人导盲市场更是处于空白状态，尚未有健全的市场体系，因此有希望轻松地进入市场。近年来，随着电子技术的发展，市面上也出现了一些新的导盲犬处理方案，加入了新型的模块和微处理器，使导盲犬变得更加智能，本产品将智能技术、工业化生产与导盲犬结合提高智能导盲犬的识别和分辨能力，给盲人以及时有效的反馈和服务，因此，我们的产品相对于其他产品具有显著的智能化优势，在中高端市场上必然具有相应的需求。

**2.运营团队**

团队成员由宁夏大学信息工程学院的学生组成，成员涉及专业覆盖了软件前后端开发、算法研究、操作系统、数据结构、基于深度学习的文字识别、公式识别、表格识别等专业，形成专业优势互补，进入研究生阶段的学习后，由行业经验丰富的教授牵头与指导，形成强有力的运营团队，协同工作，使平台具备更稳固的开发和运营基础使平台更好的为教师、学生、学校服务。

**3.宣传方式**

采用以点带面的全国营销策略，建立线上服务平台与线下公共场合的全国营销网络，利用公共诊疗，利用网络筹资，利用私人化定制，打造品牌的亲和力。

## 营销策略组合

### 4.3.1 产品策略

面对广泛的需求和广阔的市场前景，本智能导盲犬项目致力于为视力障碍者群体提供更便利高效的服务，广泛应用到视力障碍者群体的日常生活中，在配套设施和售后服务中注入了对视力障碍者群体的人文关怀，在为视力障碍者提供产品的同时也帮助视力障碍者找到群体、融入群体，获取认同感和自身价值感。

### 4.3.2 价格策略

？

### 4.3.3 促销策略

**1、厂家直销/寻求各地代理商**

残疾人购买所需要的各种器械时，一般都是到几个大的医疗器材批发中心，另外也有一些小的医疗器械商店或商场有此类产品。但这些地方比较分散，不集中，货物的种类也不全，在购买上造成了很大的麻烦。所以我们的残障人士用品销售主要采用厂家直销/寻求各地代理商的方式。通过各地代理商能够减少市场进入壁垒，顺利进入市场。而厂家直销用于进入壁垒较小的市场。

**4、人员推销**

我们的产品推销以上门推销为主。我们必须建立一支高素质的推销队伍，销售队伍人员应该经常同中国残疾人福利基金会、残疾人学校、各大医院进行良好的沟通交流。了解他们的需求，反馈给我们，并向他们推销我们的产品。

我们的销售人员必须对产品的性能非常了解，同时他们应该具有一定同残疾人交流的能力。我们会定期的销售人员进行培训，同时也会将其销售业绩同奖金挂钩，以此刺激销售人员的工作热情。

销售人员必须同客户建立良好的关系，每当新产品引入市场，推销人员可以尽快的为客户提供服务，同时不断的将客户信息反馈到公司。

**3、广告宣传**

搭建全国残疾人互助联盟：利用互联网将产品推广出去，巩固客户关系

企业形象广告：积极参与各类资助残障人士的公益活动。

公益广告：通过电视、报纸、广播等渠道，号召社会关注、关爱残障人群。

**4、贸易展销会**：参与医疗器械展销会，寻找市场。

**5、国际互联网促销**：及时在网络上注册域名，发展电子业务。

**6、直接邮寄**：客户可以通过电话、网络等方式订购产品。

### 4.3.4 渠道策略

**1、通过各地残联和医院、医疗器械公司**

残联是残疾人一个重要组织，据有庞大的网络，取得他们的支持对产品的进入市场有着巨大的影响力。同时，医院、医疗器械公司等对残疾人士的治疗康复起着重要作用。通过他们的影响力，可以有效的促使残疾人接受我们的产品，从而加速康复过程。

**2、通过各类残疾人学校**

残疾人学校中集中大量残障人群，他们既需要对知识的满足，他们更希望对生活的满足。我们公司以良好的性价比进入市场，满足他们的需求。