

“自测用药” 精准营销模式介绍

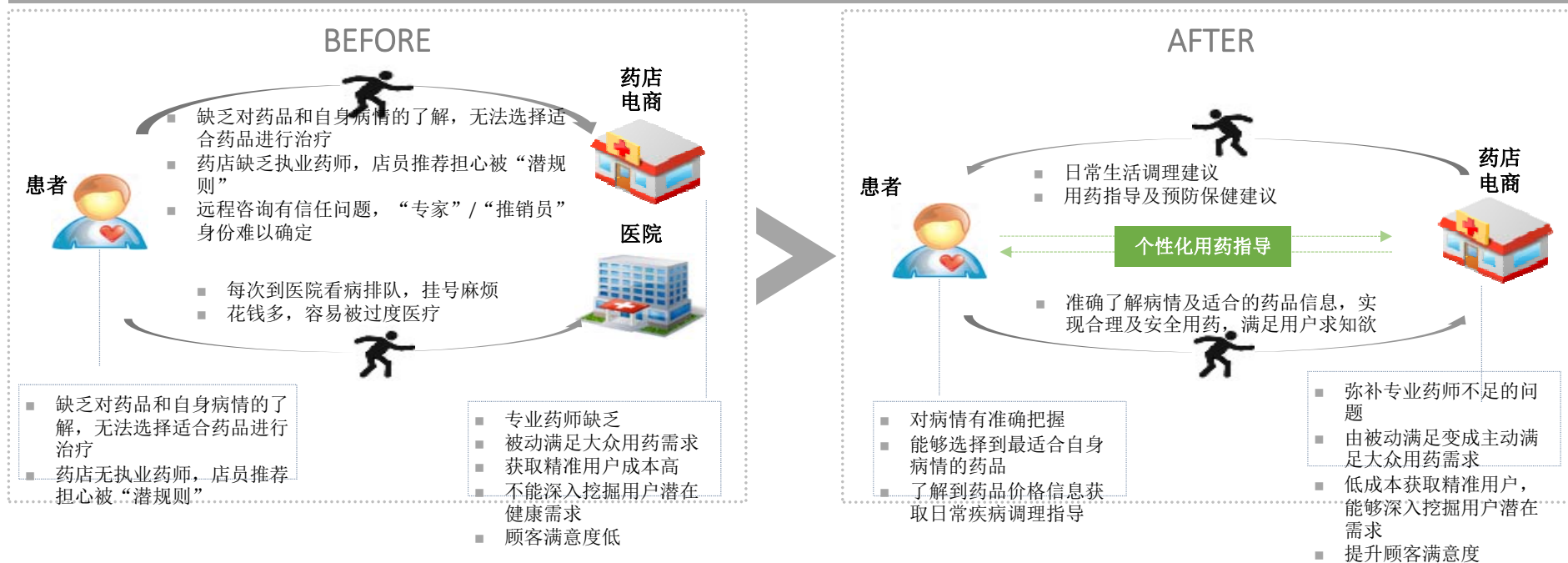
北京馨康源健康科技有限公司 王建辉



自测用药

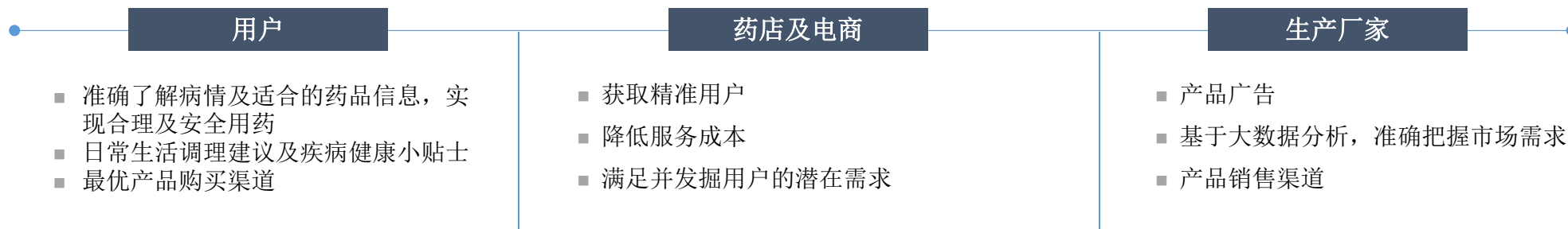
馨康源做什么

“馨康源”为大众自我药疗带来的变化



公司产品及服务体系

- 历时5年研发的智能用药指导及健康管理系统，能真正为大基数人群提供个性化的专业用药及健康指导服务



主要功能点-自我药疗



目前已经支持感冒、咳嗽、失眠、痛经及男性前列腺问题等40多个男性、女性常见疾病自测用药指导, 帮用户选择最适合的药品并提供全方位的日常生活调理建议。

主要功能点-自我保健



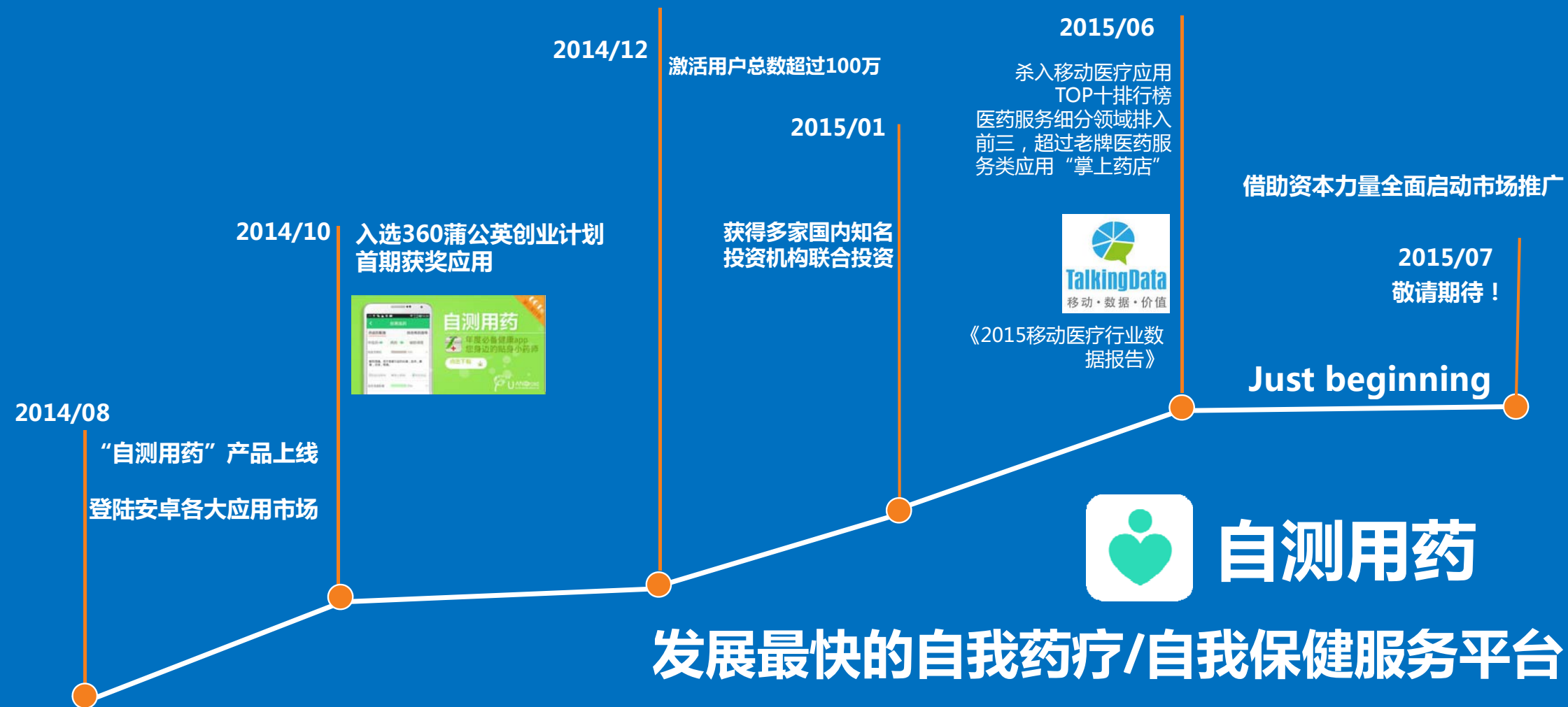
自我保健模块包括保健品自测选用、中医体质体检及健康管理，健康自测等多个功能模块，帮助用户在亚健康状态时合理选择适宜营养保健品及中医养生保健类产品进行调理。

主要功能点-产品及电商



在精准推荐的基础上提供平台药品信息比价、优质产品个性化推荐等多种产品整合模式，同时配合积分兑换等激励措施达成最终转化。

馨康源发展历程



2015

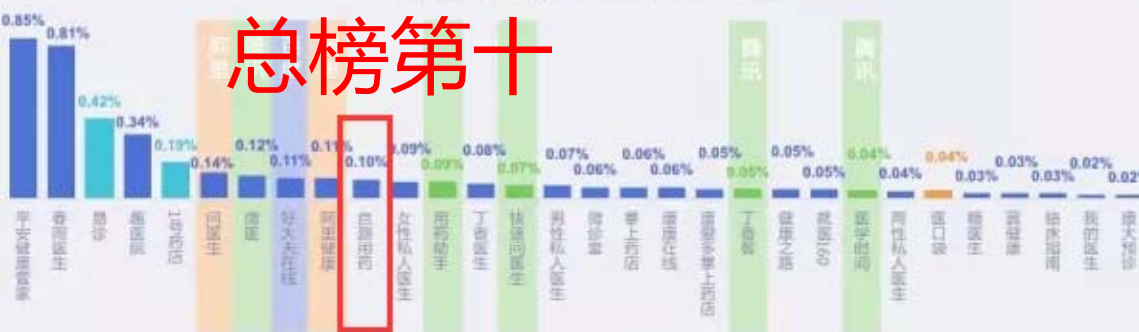
移动医疗行业数据报告

TalkingData移动数据研究中心 2015年5月

移动医疗行业数据报告

- “平安健康管家”、“春雨医生”两款应用在医疗应用中用户覆盖率先，壹药网旗下“易诊”、“1号药店”覆盖率也居前五位，丁香园应用占据TOP30中四个席位，BAT在TOP30中均有布局

2015年4月 移动医疗应用用户覆盖率Top30



总榜第十

移动医疗行业数据报告

医药服务类应用中，壹药网旗下“1号药店”用户覆盖率居首位，“阿里健康”与“自测用药”用户覆盖率分别位列第二、第三位

2015年4月 医药服务类应用用户覆盖率Top10



细分第三

用户疾病自测数据统计

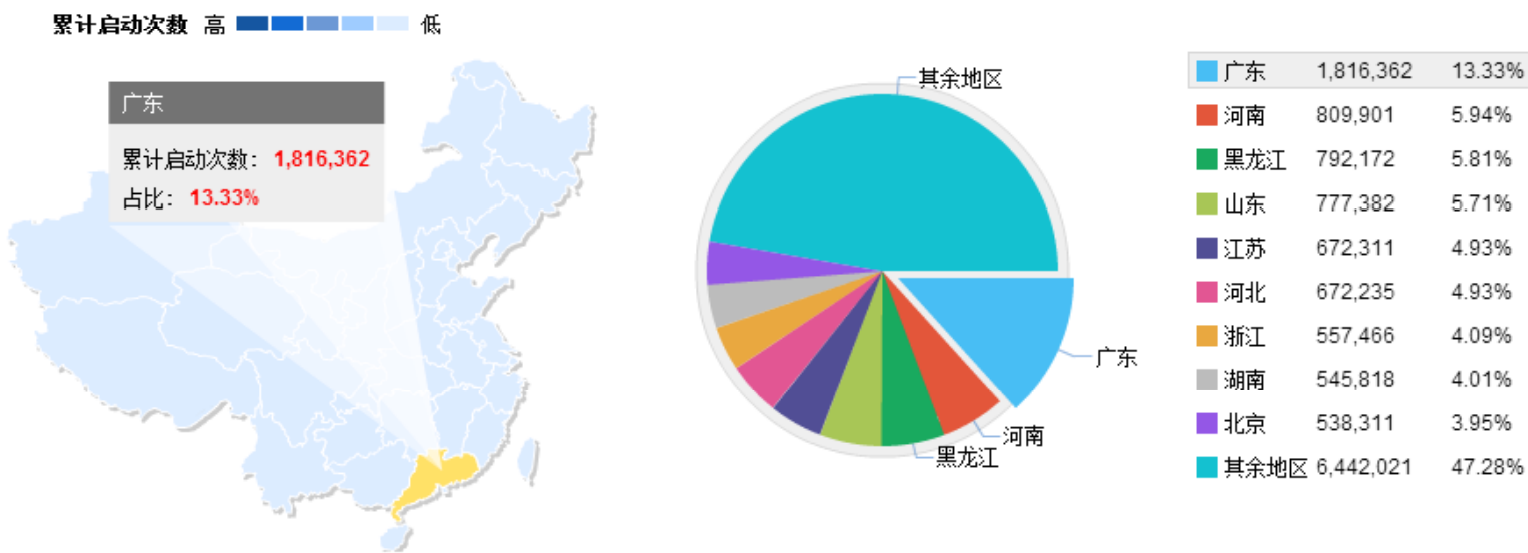
| 序号 | 测评项目 | 比例 |
|----|--------|---------|
| 1 | 感冒 | 16.11% |
| 2 | 补肾益精 | 16.08% |
| 3 | 失眠 | 9.26% |
| 4 | 咳嗽 | 10.62% |
| 5 | 胃肠不适 | 9.76% |
| 6 | 阴道炎 | 6.49% |
| 7 | 便秘 | 6.06% |
| 8 | 月经不调 | 5.64% |
| 9 | 前列腺炎 | 6.76% |
| 10 | 痛经 | 3.91% |
| 11 | 脱发 | 4.19% |
| 12 | 腹泻 | 3.77% |
| 13 | 更年期综合症 | 1.36% |
| 14 | 总计 | 100.00% |

截止2015年8月，累计自测次数超过**500万次**，每天仅自测都超过**15000人次**，其中大部分疾病均有很强商业价值。

用户地域分布数据统计

按省 按国家

指标： 累计启动次数 ▾



平台服务合作伙伴

以服务为工具，最大化整合用户资源

通过服务对接的模式，目前馨康源已以自测用药服务为载体同京东到家下“健康到家”模块，乐语旗下“妙健康”健康服务平台，“生命时报”微信公众平台等众多同行业企业达成战略合作，目前正与大型医药连锁“湖南老百姓大药房”进行服务的深入对接合作，未来可复制到药企、终端药店及健康相关的更多领域。



京东到家

“京东到家”是在2015年由京东设立,其目的在于抢占生活服务O2O市场。目前京东到家平台已对接自测用药服务为会员个性化用药指导。



自然瑞品

药店大健康模式产品，以药店为载体会员提供亚健康评估服务及食疗养生产品。



妙健康

妙健康（more）三胞集团旗下产品，乐语中国取得虚拟运营商牌照后打造的名为“妙”品牌的云产品，以幸福人寿用户为基础提供综合性健康服务一站式解决方案。



人民日报主管的大众健康权威媒体。服务已对接到其官方微信入口。



NO.1

iOS/Android全覆盖

专业自我药疗/自我保健服务平台

全面寻求战略合作伙伴

30000+

日活跃用户

10min+

使用时长

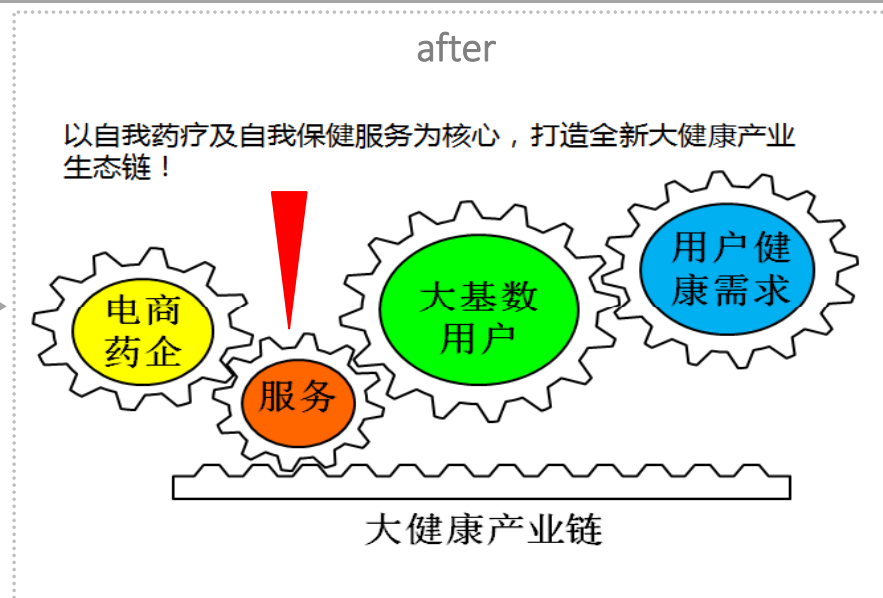
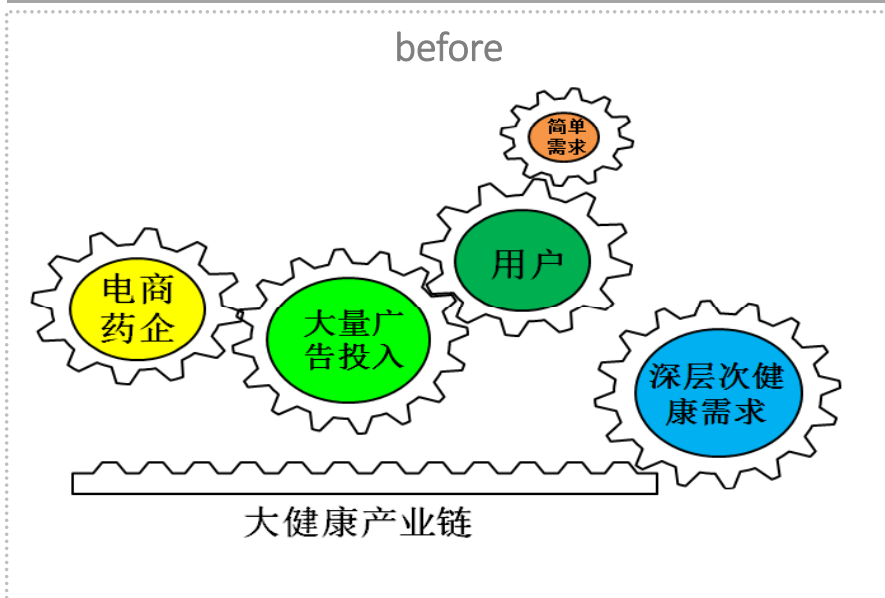
10000000+

总下载用户数

自测用药精准营销体系



馨康源为大健康行业带来的变化



方案整合营销



- 以用户需求为出发点，将适合用户的优质产品以方案的形式提供用户参考，还可以对接产品购买地址及促销信息！

产品直接对接需求

真正触及目标用户

信息流个性化展示



- 根据用户的健康需求匹配内容，提高展示的效果
- 位置包括首页、健康分类页及发现栏目页

精准展示

品牌宣传

精准信息推送



精准、直达、深入

根据用户健康属性的分析建立不同标签，比如便秘、痛经、补肾等，然后还可根据年龄、地域、性别等因素将用户细分到极度精准的范围进行精准信息投放。

- 目标群体需求明确，推送效果直接
- 投放内容丰富可囊括图文、视频、互动及购买等各种元素
- 可配合商城活动同时进行



推送效果

积分商城推广

以服务形式为会员提供积分兑换

可以对产品进行详细介绍及展示，
同时还可进行购买引导



服务入口深度合作

- ◆ 在应用首页栏目及分类下设立合作入口，实现会员及服务的深度合作与共享。
- ◆ 广告内容与服务融为一体，用户体验最优，主动关注度更高！

医药电商

健康管理

增值服务



谢谢



自测用药