旅 悦 集 团

花筑民宿
标杆门店

旅悦
tripmod

花筑奢·逸秀云山民宿

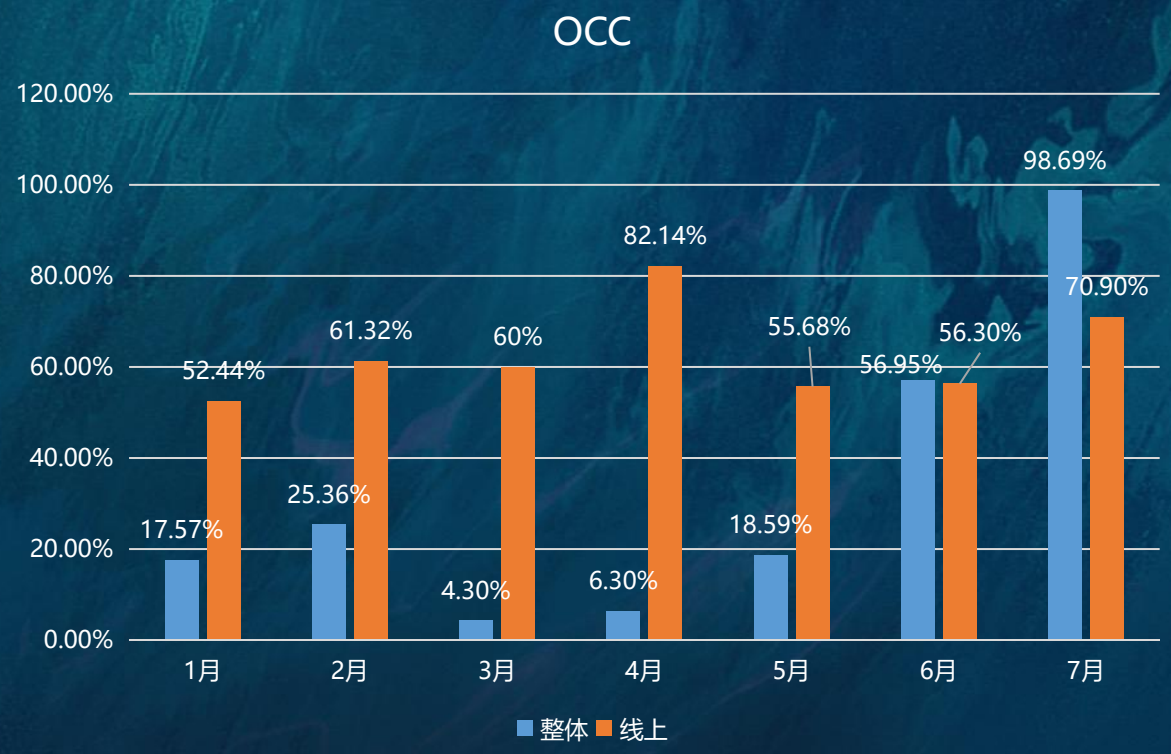
民宿位于张家界国家森林公园东南门，在这里可眺览森林公园千岩竞秀，田园作伴，拥抱自然。

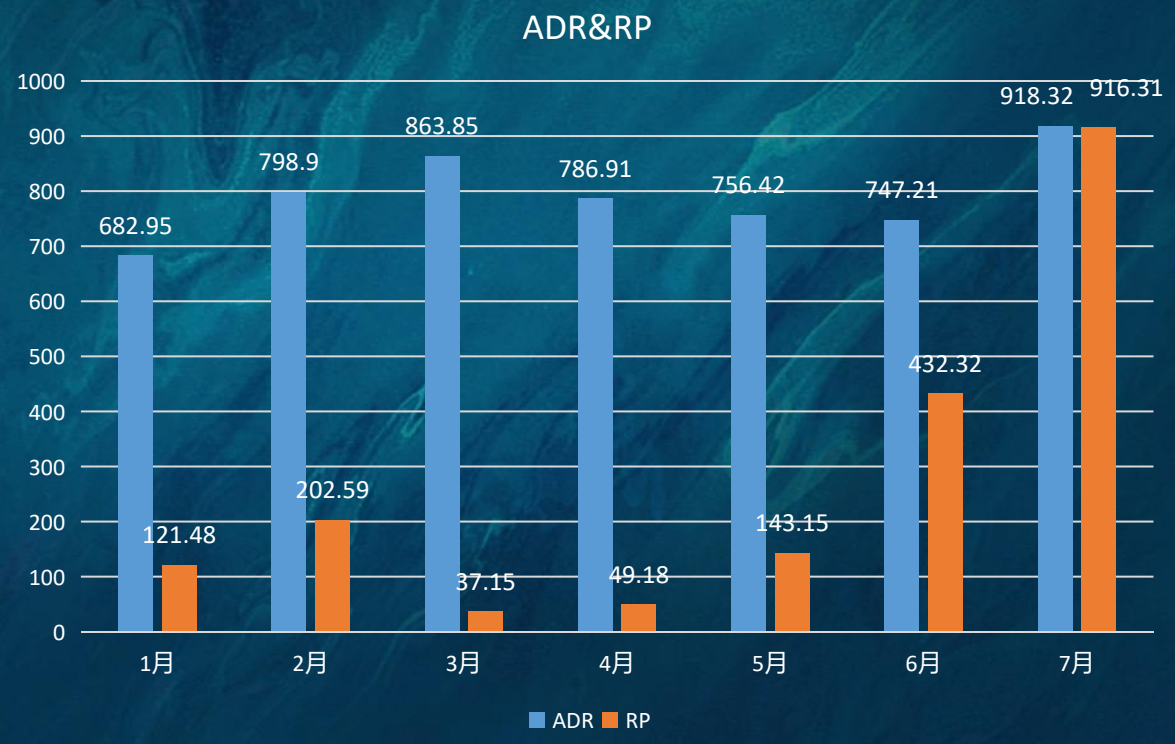
现代中式庭院民宿，环境优雅舒适，设施设备齐全，拥有各类山景客房，特色中餐厅、茶室、书吧、观景露台等一应俱全，方便舒适。

出门便是景，垂钓、骑行等满足户外需求，让旅途慢下来，让心歇一歇。



经营数据情况





加盟后数据：
1~2月张家界市场热度不高，门店的整体和线上OCC呈上升趋势；
3~4月受各地疫情影响；

5月开始回暖，门店整体OCC稳步上升，接近100%。

携程情况

- 携程GMV、在店间夜数、预定订单量是竞争圈平均值的2倍
- 在店出租率、离店销售额都是竞争圈内前3位



销售数据对比

上周 上月

对比指标	我的酒店	竞争圈平均	竞争圈排名
离店销售额	300109	148283	3
在店间夜	318	175	5
预订订单量	220	120	5
出租率	68.39%	24.91%	2

销售榜单

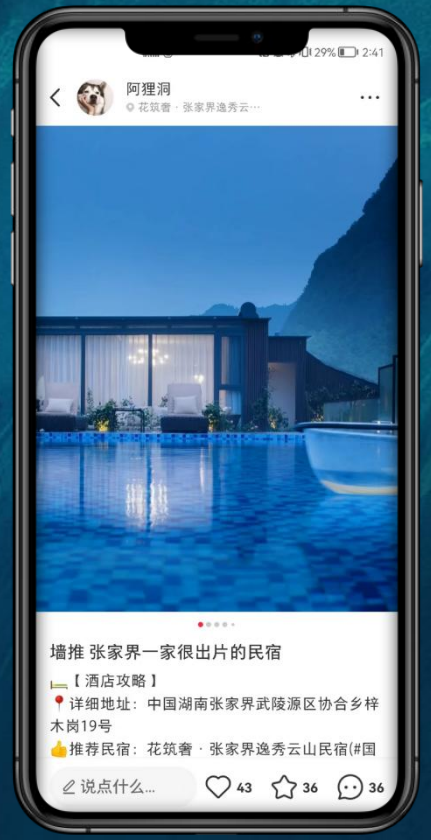
昨日 上周 上月

酒店名称	离店销售额	在店间夜	预订订单量	出租率
张家界梓山漫居	1	4	4	7
张家界璞逸居民宿	2	11	11	10
我的酒店	3	5	5	2
张家界专家村庭院酒店	4	1	1	15
张家界止舍.梓里度假民宿(国家森林公园山顶店)	5	7	7	3

营销情况

多平台营销





在抖音平台、携程旅拍、小红书等平台的达人号多次推送花筑奢·逸秀云山民宿，并保持**3万+** 高曝光量和**1000+**的互动量；



线下运营动作

门店图片、视频更新，突出门店特色山景+无边网红泳池

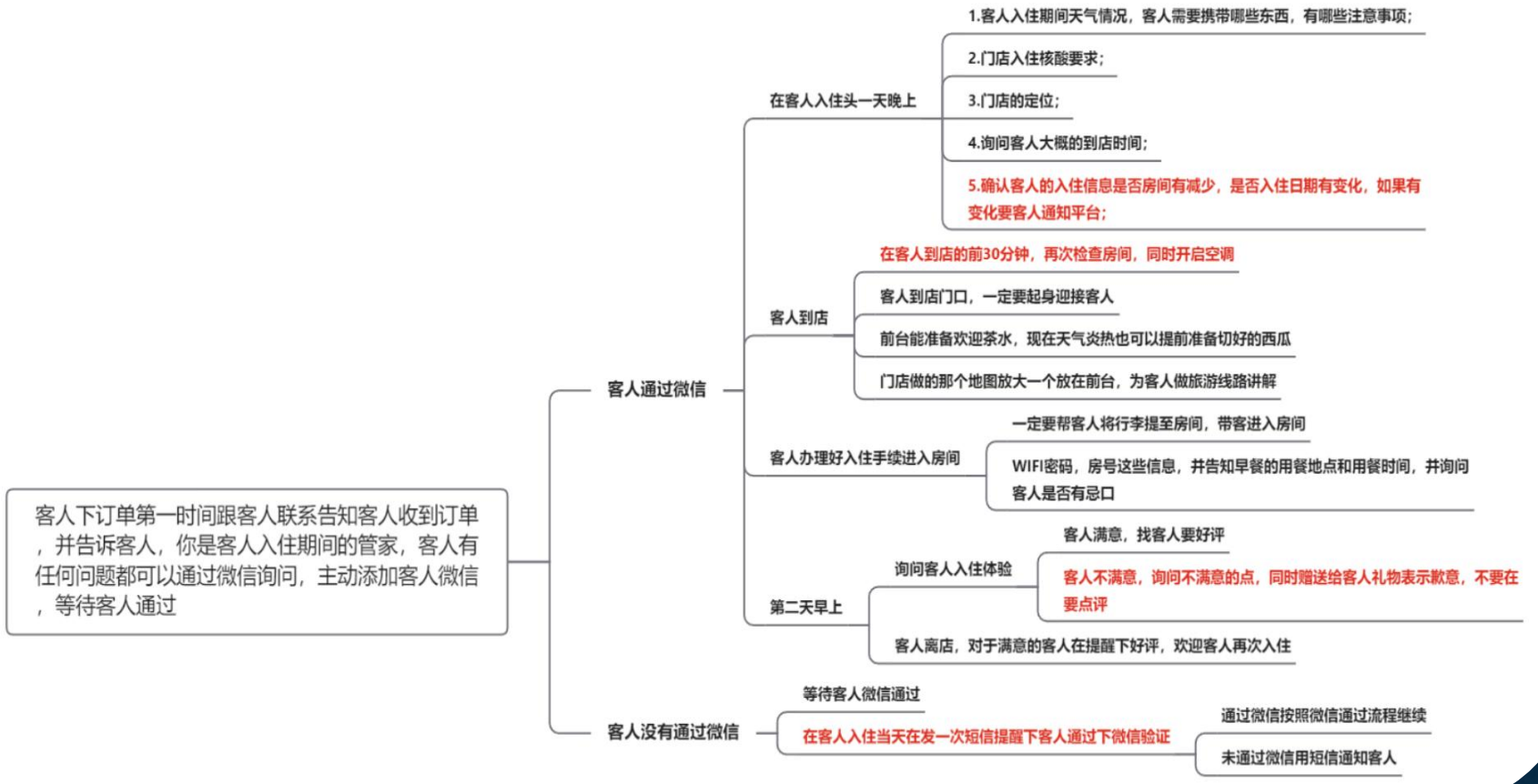
增加达人探店，推动旅拍的发布，加大门店的推广力度

针对客源群体及竞对分析制定合理的价格体系，实时建议房价，让门店房价具有竞争力

推进高质量的点评照片+文字，获取达人晒图的露出

检查门店的卫生状态给予整改意见

接待客人方式方法
——分享


客人下订单第一时间跟客人联系告知客人收到订单，并告诉客人，你是客人入住期间的管家，客人有任何问题都可以通过微信询问，主动添加客人微信，等待客人通过
客人通过微信
在客人入住头一天晚上
1.客人入住期间天气情况，客人需要携带哪些东西，有哪些注意事项；
2.门店入住核酸要求；
3.门店的定位；
4.询问客人大概的到店时间；
5.确认客人的入住信息是否房间有减少，是否入住日期有变化，如果有变化要客人通知平台；
客人到店
在客人到店的前30分钟，再次检查房间，同时开启空调
客人到店门口，一定要起身迎接客人
前台能准备欢迎茶水，现在天气炎热也可以提前准备切好的西瓜
门店做的那个地图放大一个放在前台，为客人做旅游线路讲解
客人办理好入住手续进入房间
一定要帮客人将行李提至房间，带客进入房间
WIFI密码，房号这些信息，并告知早餐的用餐地点和用餐时间，并询问客人是否有忌口
第二天早上
询问客人入住体验
客人满意，找客人要好评
客人不满意，询问不满意的点，同时赠送给客人礼物表示歉意，不要在要点评
客人离店，对于满意的客人在提醒下好评，欢迎客人再次入住
客人没有通过微信
等待客人微信通过
在客人入住当天在发一次短信提醒下客人通过下微信验证
通过微信按照微信通过流程继续
未通过微信用短信通知客人

线上运营动作

01

运营期（10.18-11.18）

OTA渠道：携程的设施设备问题沟通改善，图文秀、亮点标签完善，根据市场热度的变化调控价格，房型新版图片上传；

民宿渠道：上线爱彼迎渠道，完善美团民宿，上传照片，制定折扣，铺设价格，完善线上设施设备，优化美团民宿hsr分， 爱彼迎房东分提升；

02

爬坡期（11.18-12.18）

携程排名提升：携程断供奖励多次申请领取并使用

自媒体渠道拓展：携程旅拍、 小红书达人发布内容；

价格体系：根据周边市场、门店情况合理铺设价格；

03

稳定期（12.18-2.18）

差评管理，针对给出好评引导机制，酒店设施设备问题沟通改善，携程推荐词撰写；

携程的高价值套餐上线，酒+X的形式，和周边门店做竞争，淡季给门店做促销拓展

04

上升期（5.18-7.18）

市场热度上涨，少量多次涨价，实现收益的最大化

05

后期

持续监控线上数据，提升门店收益管理

淡季的市场推广，跟进抖音套餐的上线事宜

感　谢　观　看

THANKS FOR YOUR WATCHING