旅 悦 集 团

线上运营联盟
标杆门店

旅悦 tripmod

独立小院

旅悦 tripmod

酒店名称：婺源篁岭初心山庄

项目地址：江西上饶篁岭景区B索道旁

门店体量：10间房

门店基础：2022年6月开始运营

起始点评：4.9，目前点评：4.94

配合程度：高



数据来源：携程数据中心

2021年&2022年线上11月销售GMV对比

渠道情况



门店在11月份运营期间有接近一周的歇业关房，订单营收和去年同期相比，间夜量上涨1300%，销售额上涨1692%，平均卖价上涨28%。去年因为疫情较为严重，数据对比来看悬殊过大，所以下栏展示和周边对比情况。

数据来源：携程数据中心

渠道情况

2021年&2022年11月线上数据和周边对比



11月的曝光量接近周边的两倍，访客量远超周边平均水平，期间门店关房接近一周的情况下依旧保持成交转化率超出状态

渠道情况

2021年&2022年线上销售GMV对比

数据来源：携程数据中心



10月销售额超过去年同期的87%

渠道情况

数据来源：携程数据中心

原数据中心数据（前期数据）



在6月1号入场时，门店处于长期歇业后刚恢复营业状态，整体转化较差的状态，前期门店的基础信息不充足，对全部房型进行梳理整合信息优化全覆盖，然后成功升级三星，活动和信息全部优化更新之后，转化开始开始大涨

数据来源：携程数据中心-10月数据

渠道情况



自从9月份之后，门店一直处于当地的头部标杆水平第5名左右（劣势，房间体量少只有10间，房量上比不过竞争门店）稳定到现在

渠道情况

数据来源：携程数据中心-11月数据



民宿目前的排名是城市13，竞争圈第5，11月稳定在前六
接手初期是82名（6月2号）

运营动作

刚进场时期，门店几乎各渠道都属于较差状态，主要采取了以下几点

1. 确定定位。

1）渠道确定：门店原本情况携程相对较好，重点发展携程，没有其他渠道，下线美团酒店，开拓美团民宿，确定主要发展的两个渠道，上线旅悦自有渠道

2）门店定位确定：门店老旧，开业到现在已经有5年，房型设施设备上品质较差，周边新店林立，竞争压力过大，在此基础上定位为复古徽派建筑风，确定客群为休闲中龄群体。

3）页面优化，整体转化偏低，重新推送活动，提升排名，信息整合优化，定制产品，套餐，确定主销房型，社区营销

2. 门店调整动作

1）迎合定位，调整门店的房型名称，凸显门店特点。

2）门店渠道策略调整，迎合地区消费人群的消费习惯推送策略

3）定期复盘，同步业主动向，和业主沟通发掘更多可凸显的亮点，灵活把控价格，抓住每个市场热点提高收益

感　谢　观　看

THANKS FOR YOUR WATCHING