旅 悦 集 团

花筑加盟
标杆门店

旅悦 tripmod

海景民宿

旅悦 tripmod

民宿名称：花筑·黛水和一线海景民宿酒店（大理双廊古镇店）

民宿地址：云南大理双廊镇长育村二组

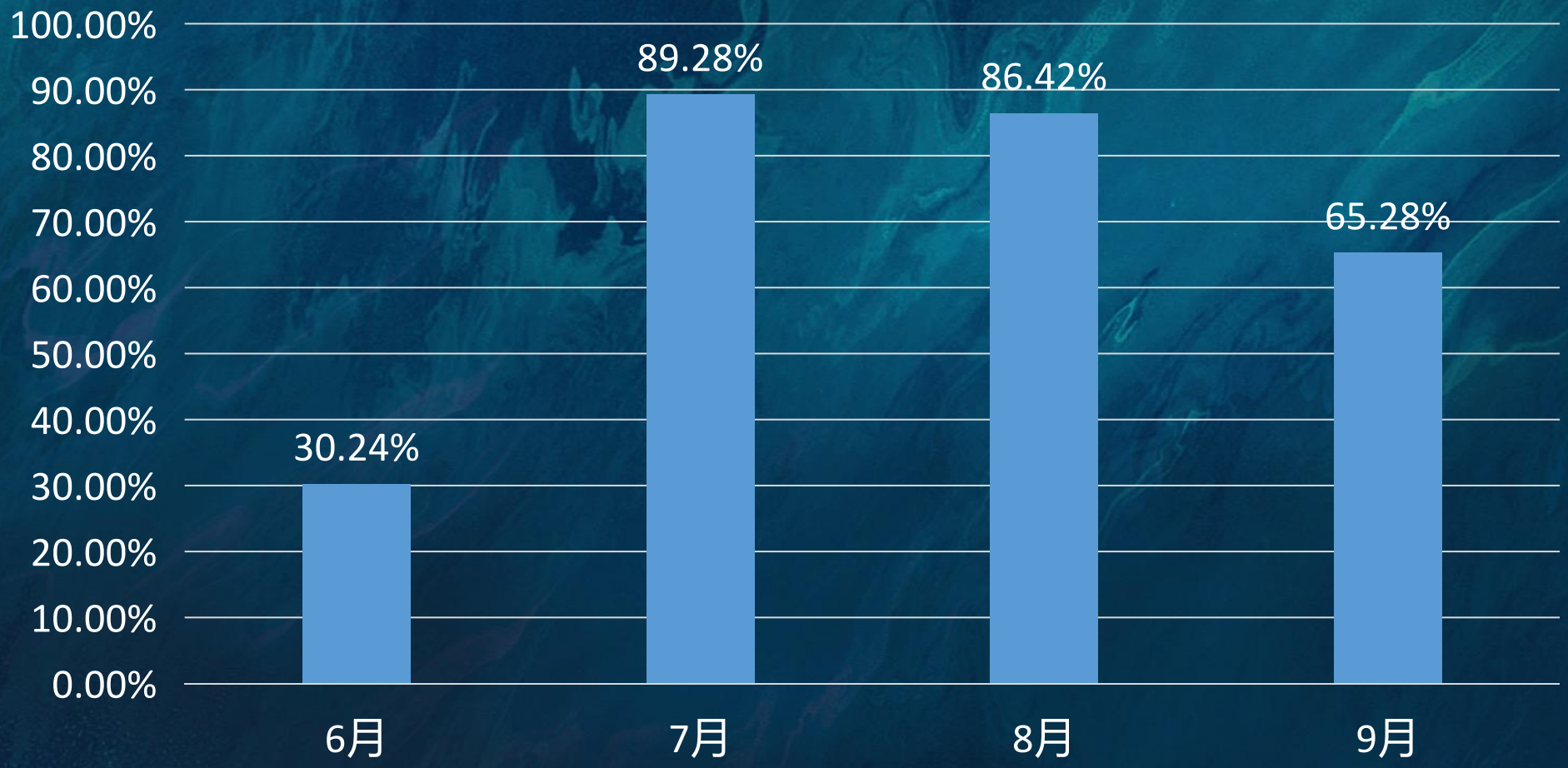
门店体量：13间房

门店基础：2023年6月19日开始运营

配合程度：高



数据情况：（6月19日进场后的OCC）



7、8月份整体出租率85%以上

数据情况：（6月19日进场后的GMW）



7月份整体GMV达27万+

数据情况：（6月19日进场后的ADR）



数据情况：（6月19日进场后的revpar）



渠道情况

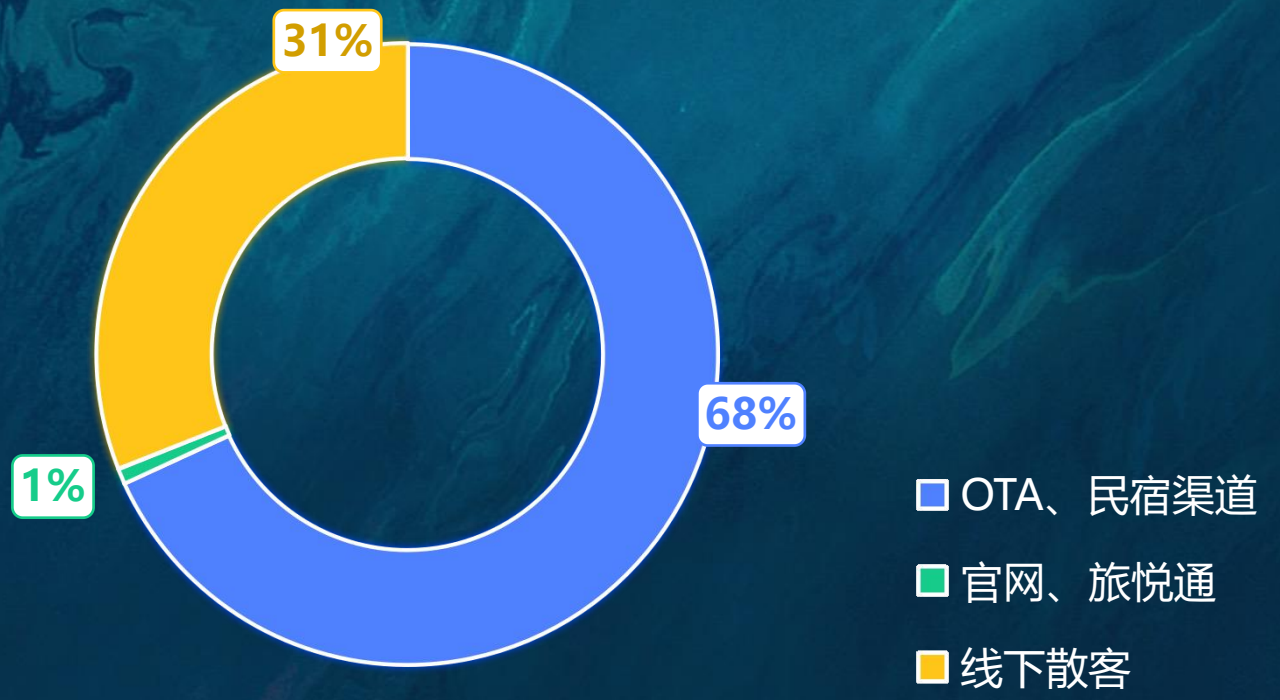
已上线传统OTA渠道：携程

民宿渠道：途家、美团民宿

新媒体：抖音、小红书

其他渠道：花筑旅行官网、旅悦通

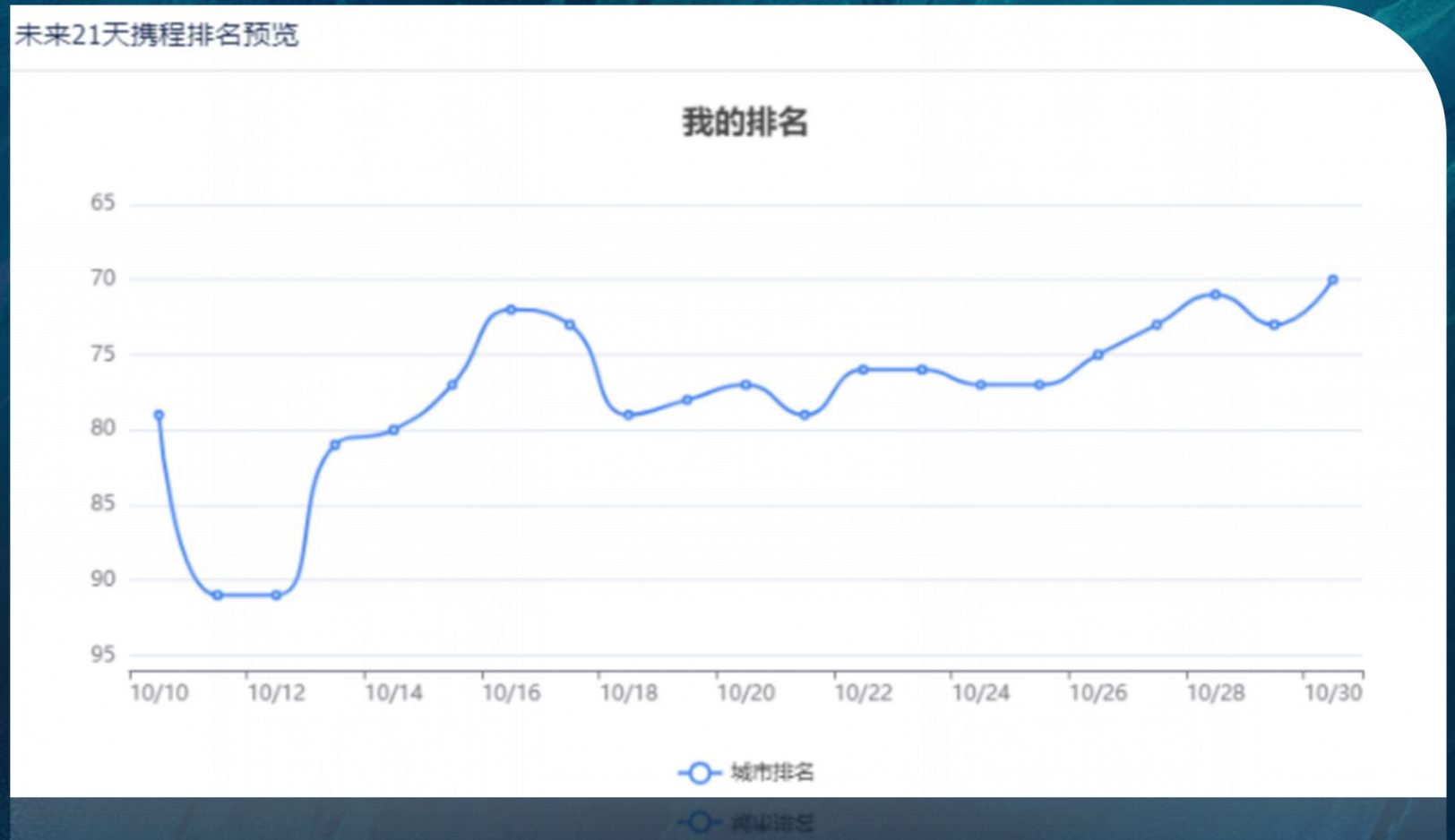
门店6月—9月客源占比情况：



渠道情况

数据来源：携程数据中心-市场分析

城市排名稳定在70—95区间



数据来源：携程数据中心-市场分析

渠道情况

近3个月
携程APP曝光量、成交转化率
均高于竞圈平均水平



运营动作

筹开期运营动作（6月）

价格调整：
重新梳理价格，提前预埋后半年价格；

沟通各渠道上线，携程挂牌及XP直连；

针对违规、好评服务与门店店长沟通培训；

活动：活动提报保证活动完善性、合理性；

OTA渠道、民宿渠道设施设备信息完善，确保各网站基础设施类信息统一；

运营动作

旺季运营动作（7/8月）

针对门店的订单渠道提出定位分析，与业主电话沟通运营计划；

价格体系：根据周边市场、门店情况，利用今夜甩卖、门店新客、低价房型升级等方式动态调价，保证出租率；

沟通新增套餐，上架携程套餐，增加产品竞争力

定期与门店进行数据分析，对应门店存在的问题进行优化（例如转化率提升、根据非满分点评提成对应整改意见）；

运营动作

淡季运营动作（9月）

线上线下联动，调整淡季运营策略（线上完善新增渠道，线下区域对接旅行社资源）；

流量/转化：
1、权益云权益淡季新增免房、延迟退房；
2、携程定期首图修改；
3、沟通YOYO卡下单相关内容规则
4、设置携程“自选优质点评”优化

价格：
根据周边市场、门店预定情况沟通调价；

渠道：
1、新增小红书渠道售卖；
2、抖音渠道门店直播（集团赋能培训技巧）

推广：
1、沟通金字塔使用；
2、旅拍同步发送；

直播指导


LH3276花筑·黛水...(12)
外部群，含5位外部联系人 | 群主：叶群
8月25日 下午 5:40
摄像头放在这个位置会不会好一点，不会影响客人进出，就是那个树旁边
@💙
我们第一次直播不要紧张，就是找到一个好位置就成功了
花筑黛水和海景民宿 @微信
把那个树杈避开
小心手机别掉水里，哈哈哈哈哈
花筑黛水和海景民宿 @微信
现在怎么样
这个角度可以
房间少的时候可以先放到一个海景房里面直播，能简单看到房间也能从房间看到海景那种
晚上，如果有歌手的时候，让歌手来民宿这块唱，然后直播
花筑黛水和海景民宿 @微信
我们一楼的网络。。。真的一言难尽
@美程·黛水和 大佬~给解决一下呗~
太影响客人观感了
8月25日 下午 6:11
美程·黛水和 @微信
我试试高科技
8月25日 下午 6:18
美程·黛水和 @微信
歌手先过来这边唱
来自微信的美程·黛水和撤回了一条消息
刘岩鑫
美程·黛水和 @微信
这个搞错了🤔
美程·黛水和 @微信
厉害嘛，小伙伴们
花筑黛水和海景民宿 @微信
那么厉害吗？
哎呀妈呀，又来一单
第一天就产单了，牛逼了铁子们
花筑黛水和海景民宿 @微信
哇
给自己欢呼一下
8月25日 下午 7:53
今日直播总结：网络网络网络！
1、直播时间：16或17点开始，连续直播三小时以上；
2、口播内容提前写好，内容包含天气、温馨提示、房间介绍、公区功能介绍（BBQ、投影等）、驻场歌手歌曲介绍，在所有口播之间穿插和直播间的人员互动，必要时可安排自己人之间互动给其他人看；
3、找准直播角度，公区直播放在哪里，房间直播放在哪里等，转移过程中避免大量晃动场景出现；
4、注意事项：直播手机附近不要大声喧哗，不要探讨重要事项。
网络这点非常重要，除了直播间客人观感不好之外，客人看到我们直播卡成这样，会误以
快捷回复
推荐客服
客户详情

线下运营

早餐、下午茶等SOP以花筑奢标准执行





感　谢　观　看

THANKS FOR YOUR WATCHING