旅 悦 集 团

线上运营联盟
标杆门店

旅悦 tripmod

门店信息

门店名称：南巷客栈(荔波古镇店)

门店地址：贵州黔南荔波古镇5号地块11栋

体量：17间房

门店基础：2024年2月中旬开始运营

起始点评：5，3月点评：4.8
配合程度：高



渠道情况

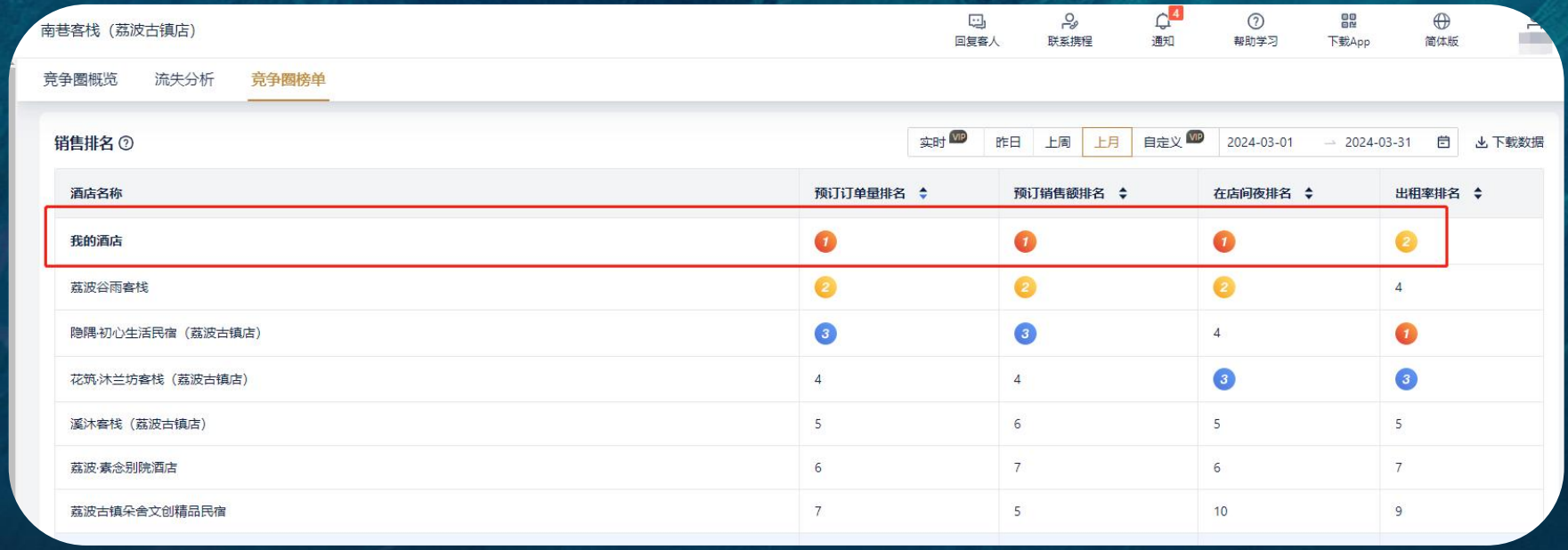
2024年3月线上数据和周边对比



亮点一：曝光量是周边平均水平的2.45倍
订单提交人数是周边平均水平的5.28倍

渠道情况

门店在3月的销售数据情况



酒店名称	预订订单量排名	预订销售额排名	在店间夜排名	出租率排名
我的酒店	1	1	1	2
荔波谷雨客栈	2	2	2	4
隐隅·初心生活民宿（荔波古镇店）	3	3	4	1
花筑·沐兰坊客栈（荔波古镇店）	4	4	3	3
溪沐客栈（荔波古镇店）	5	6	5	5
荔波·素念别院酒店	6	7	6	7
荔波古镇朵舍文创精品民宿	7	5	10	9

亮点二：3月达到地区的销售榜单榜首，销售额，间夜量，预定量均排在第一

门店一直处于当地的头部标杆水平第二名左右（劣势，房间体量少只有17间，房量上比不过竞争门店）

渠道情况

2024年3月线上数据和周边对比

访客量 ⓘ

2420

较去年同期 **242000%**

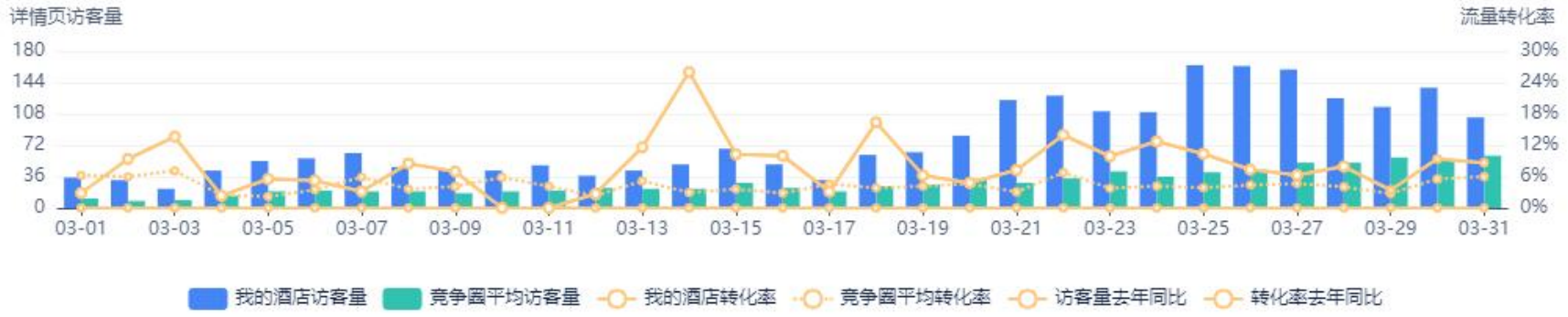
竞争圈平均 **900**

转化率 ⓘ

8.26%

较去年同期 **0%**

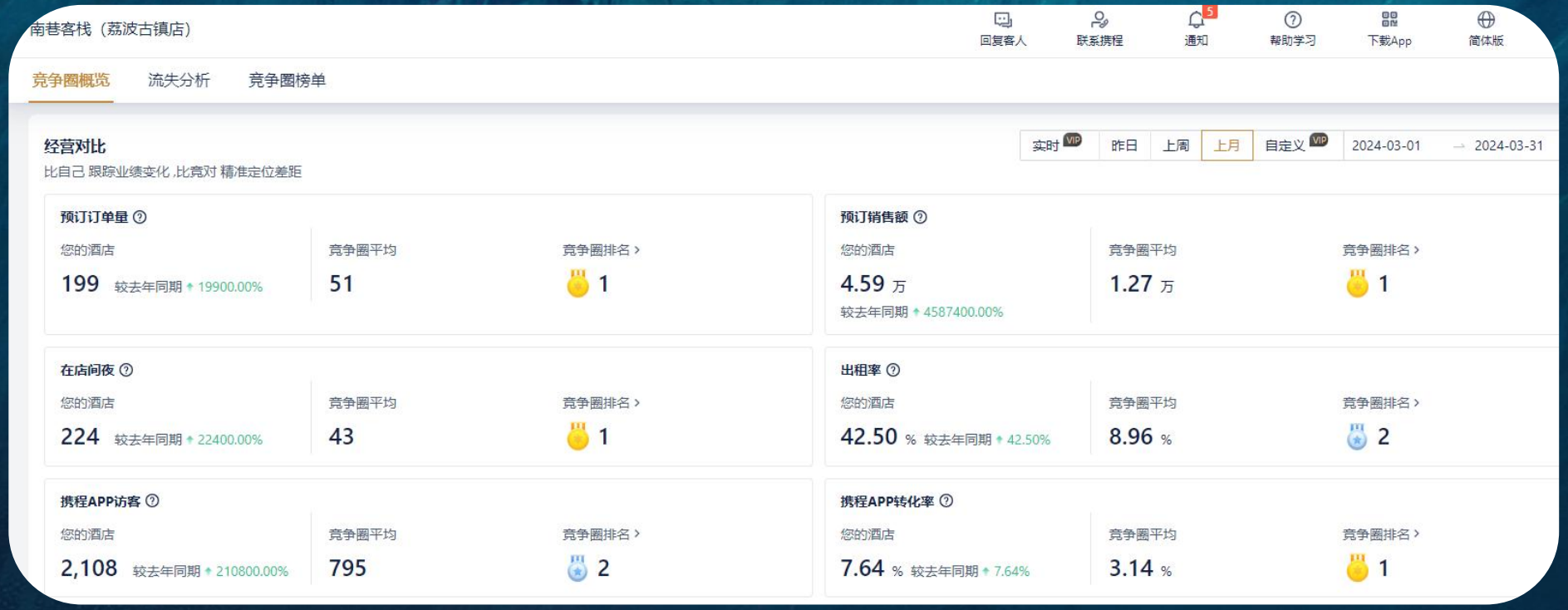
竞争圈平均 **4.31%**



亮点三：3月的曝光量接近周边的接近两倍多，访客量远超周边平均水平，订单转化率超竞争圈两倍

渠道情况

亮点四：民宿3月离店销售额是周边的3.6倍，间夜量、预定量、在店间夜和转化率均第一
目前的排名是城市前十，竞争圈第前5



运营动作

1）运营动作确定：制定整月的运营计划后和业主拆分讲解，需要协助配合和需要注意的地方，使业主清晰的理解后落地动作。

2）门店定位确定：景区型民宿：新上线门店，没有历史数据支撑，全靠新店带来的流量扶持，如何留住客人，提高重点成为了重中之重。

3）页面优化，根据季节抓流量词，优化房型名称，突出房间的优势，对房型照片顺序调整，最大化突出亮点

4）价格策略，对当地市场和竞争门店价格做分析，梳理一套强转化力的价格体系，提高在当地的排名。

5）渠道拓展：上线一个月内，全渠道上线了携程、美团民宿、集团途家、花筑官网，并全渠道产单。

6）每日剩余房量监控，盯紧数据及时调整价格；

7）线下服务及点评培训，线上线下一起抓。

感　谢　观　看

THANKS FOR YOUR WATCHING