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：湖畔山影民宿（泰安岱庙店）

门店地址：泰安泰山区岱庙街道湖东路

产品风格：城市端民宿

门店体量：8间房

门店开业：2024年开业

门店基础：2024年5月初开始运营

配合程度：高



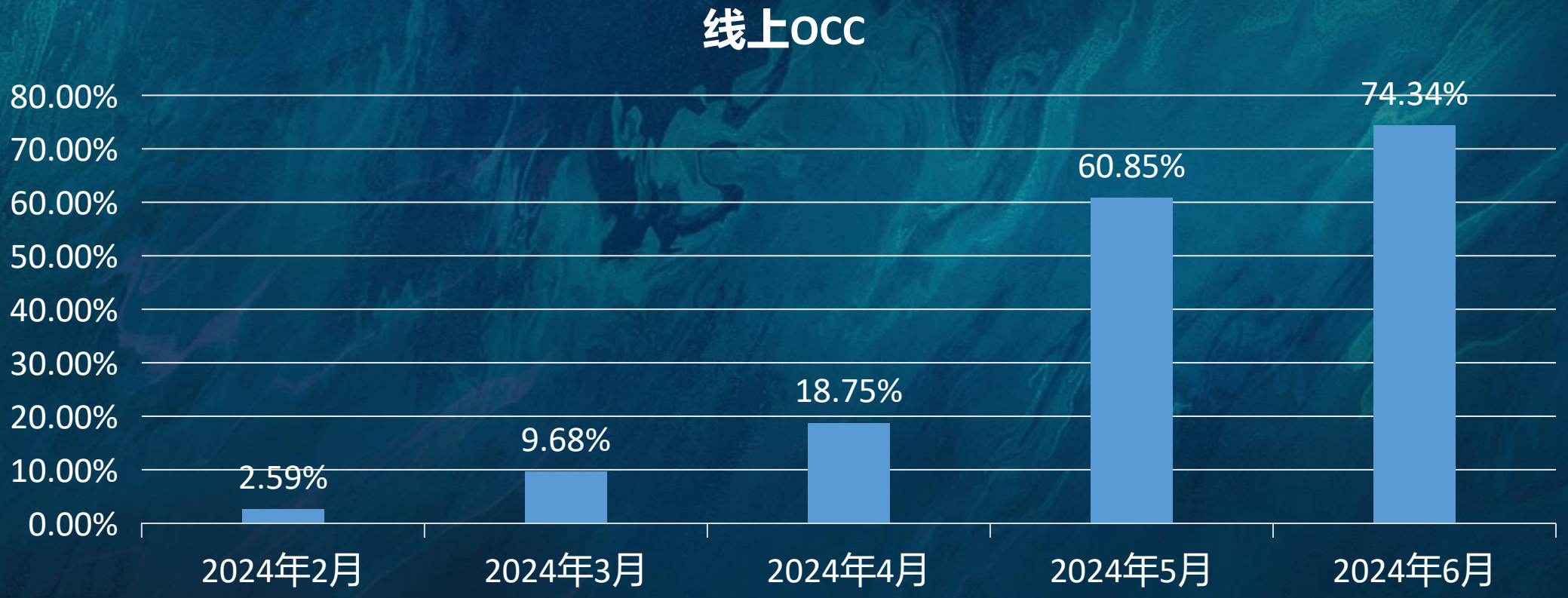
外网表现情况

携程特牌



进场前处于无牌状态，进场后通过提升携程点评分，优化基础信息，图片优化调整，图文秀编辑，走携程小而美方式挂上特牌。

数据情况：2024年运营前后入住率数据



5月开始运营，对比运营前，明显上升，对比4月提升42%！

携程数据情况：2024年运营前后流量数据：

运营前



运营前酒店曝光量基本只有竞争圈酒店均值的10%，预定单量只有同行均值的20%。

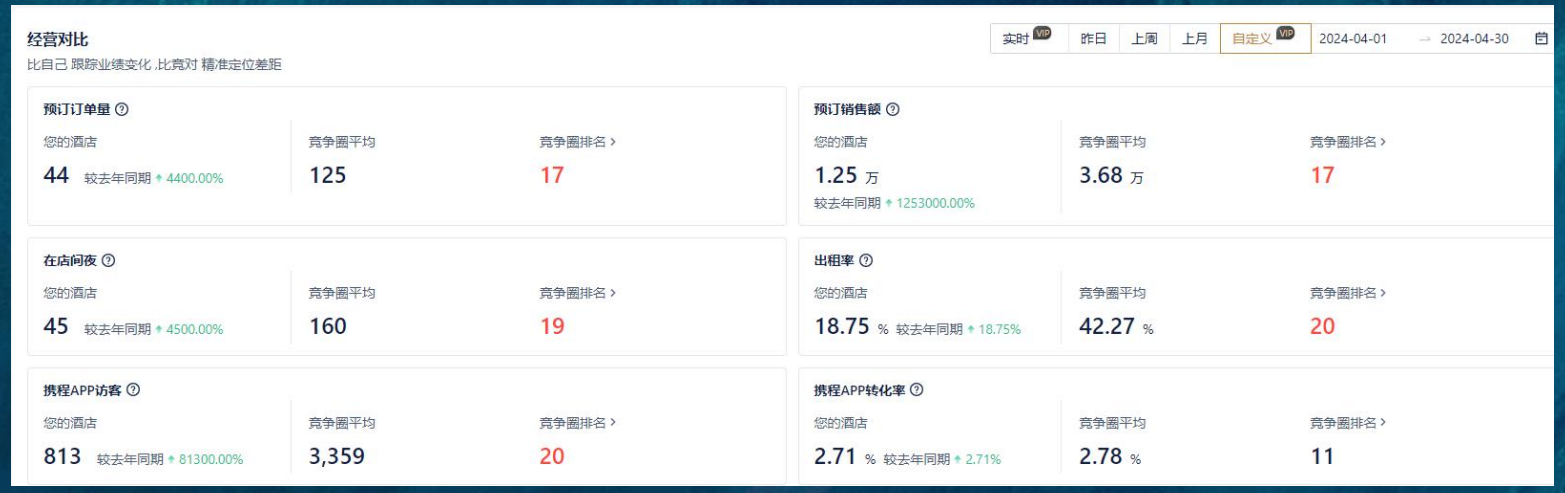
运营后



运营后，曝光量是竞争圈均值的1.3倍。

携程数据情况：携程2024年运营前后竞争圈榜单

运营前



运营前：整体的数据都是比较差的，基本处于竞对酒店最末端，出租率在竞争圈榜单排名20。

运营后



运营后：各项数据有了明显的提升。出租率在竞争圈榜单排名5。

运营动作

1）渠道梳理：携程房型名称梳理，价格及活动折扣优化，酒店亮点长短标签优化，图文秀制作，酒店简介编辑，点评模版添加，制定阶段性的点评提升计划方案；

2）客群定位：根据市场热度以及周边竞对酒店情况，制定合理的价格策略。同时，整理好门店原有的照片视频，以及建议门店重新补拍的视频和图片后，对外景的重新梳理，将门店从公寓类型的民宿转化为让客人感受到回家一样的民宿；

3）页面优化，去除代理，图片更换调整，信息整合优化，开启体验会员，早餐搭配，梳理价格区间，以及房型名称的个性定制；

4）重新梳理门店携程的促销活动搭配，触及更多的流量场景，获取更多的标签；

5）适当运用金字塔、推广通等付费投放，或者适时应用云梯、积分联盟、等推广活动，进行流量突破。

运营动作

6）门店价格策略调整，迎合地区消费人群的消费习惯推送价格策略，每天让门店在4个时段内报房态，结合当天预定情况以及周边竞对价格情况，及时给到价格建议；

7）金字塔的高ROI实时投放策略，累计投资回报比达到1：10；

8）好评策略培训、差评申诉举报、违规申诉等；

9）周度复盘和月度复盘，同步业主动向和现存问题，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；

10）和渠道业务经理的斡旋沟通，保障平台配合度和门店收益都实现。

感　谢　观　看

THANKS FOR YOUR WATCHING