旅 悦 集 团

花筑加盟
标杆门店

旅悦 tripmod

门店详情

酒店名称：花筑奢·洛阳香山别院私汤度假酒店

项目地址：洛阳洛龙区龙门石窟街道厚载门街龙门古街2011号

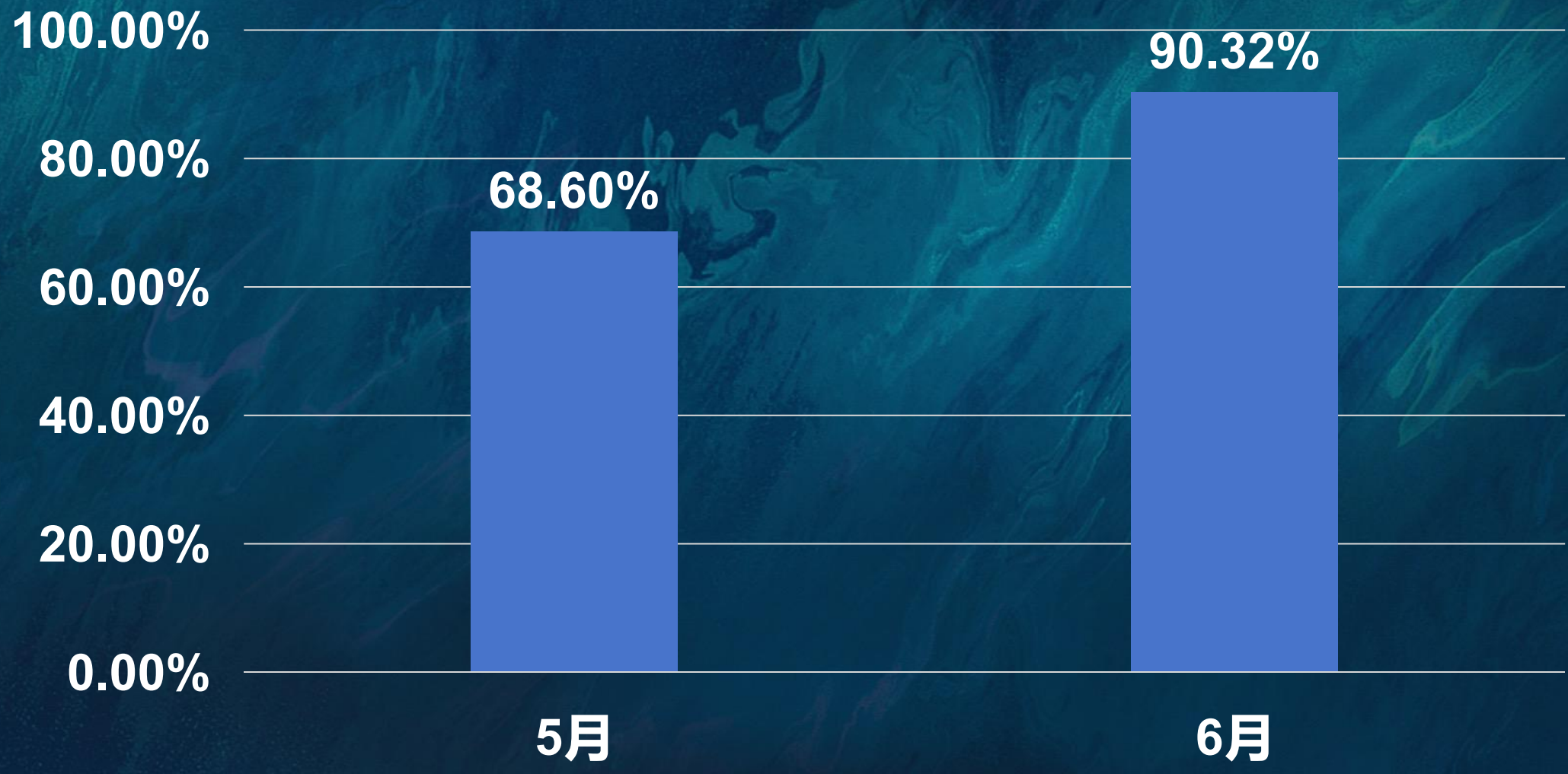
门店体量：30

门店基础：2024年4月20日开业

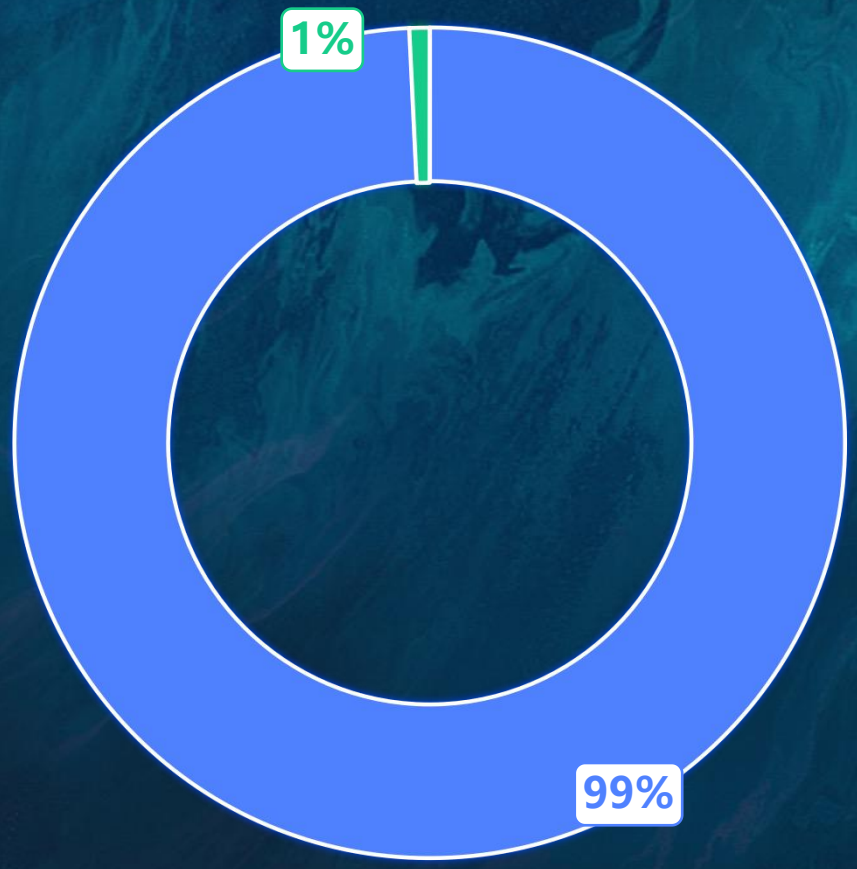
配合程度：高



数据情况： 开业两个月-OCC



渠道情况



加盟后，门店客源占比情况：

OTA、民宿渠道占比：99%

线下散客占比1%

数据来源：携程数据中心-竞争圈动态

渠道情况

6月稳定期，门店各项数据在竞争均处在第一水平

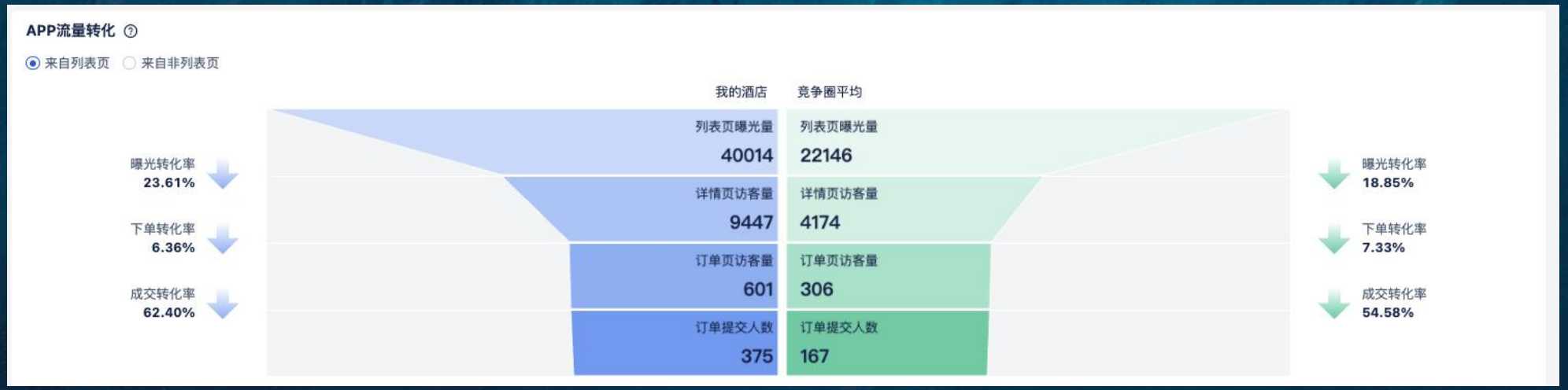


数据来源：携程数据中心-经营报告

渠道情况

携程城市排名稳定在前10名左右

携程曝光量和转化均超竞圈平均水平



运营动作

流量方面：
1、投放金字塔
2、保持起价竞争力，出租率不好时确保携程热卖房型可售；

收益方面：
1、结合金蟾蜍价格建议以及出租率及时调整价格（周末以及春节及时加价）提升门店收益管理；
2、通过今夜甩卖等促销活动实时甩卖当天剩余房间，提升门店收益。

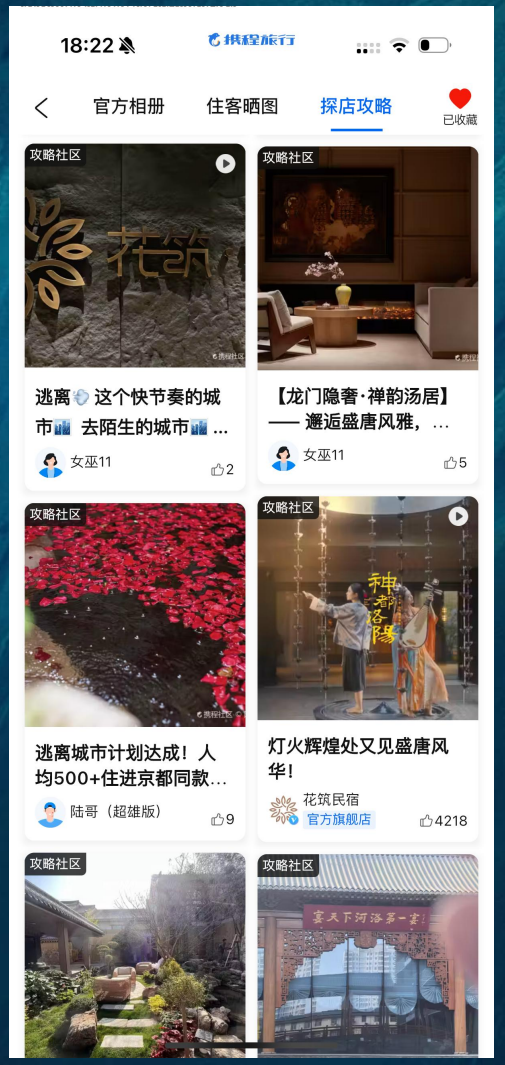
转化率方面：
1、起价房型监督门店及时展露
2、根据各平台特性，合理铺设活动
3、自选优质点评设置
4、门店照片根据节日布置实时更新；
5、平台信息优化维护，OTA渠道和民宿渠道设施设备信息完善；房源标题、长短标签、亮点等信息优化，凸显门店特色
6、点评维护与点评条数提升，点评分维稳在4.8+；

线下运营

到任后的全域营销体系升级与精细化运营

二、构建自媒体矩阵，打造私域流量池
1. 多平台账号体系搭建与定位：
- 小红书：聚焦“高端度假生活方式”，以精致图文+攻略干货为主，吸引品质旅行客群
- 抖音：主打“沉浸式景区体验”，通过短视频+联系达人在酒店直播展现酒店特色服务与周边游玩亮点
- 微博：强化品牌互动，结合热点话题策划活动，提升用户粘性与传播度
- 旅拍：携程旅拍能够提升10%以上流量,酒店产品搭配优质旅拍内容效果更加明显.

2. 内容运营策略：
- 每周产出3-4条原创内容（图文/短视频），结合时令、节日、景区活动进行热点营销



线下运营

三、深挖门店核心优势，强化品牌差异化
1. 景区内稀缺位置：
   - 突出“龙门石窟最近民宿”的独特卖点，结合景区开放时间、游玩攻略进行内容植入

2. 花筑奢品牌高端定位：
   - 通过“客房细节”“管家服务”“特色下午茶”等内容，传递奢华旅居体验

未来计划：
1. 开发会员专属内容，增强粉丝粘性
2. 尝试“OTA+自媒体”联动套餐，进一步打通转化路径
3. 筹备多种体验活动，结合景区资源打造爆款IP

线下运营

1、做好基本服务：
坚持从客人预定到退房全程跟踪服务，提前联系客人确认是否需要接站,提前检查房间设施设备并且开好空调,办理入住时提供冰镇鲜榨西瓜汁作为欢迎饮品;
提行李带客进房,介绍酒店洗衣房以及早餐厅等设施,关注客人第二天的自助早餐是否合口味,还可额外为客人现煮馄饨、面条、煎鸡蛋等;客人退房时提行李送客,跟进平安到达下一旅程或者平安到家,回访入住体验.
保障每一位客人的全程跟踪，及时对客解决问题，向星级酒店与高端民宿学习，建立严格的服务准则,保障客人满意度.

2、深挖延伸服务：主动为客人提供洛阳旅游咨询、美食推荐、游玩攻略、汉服妆造等服务,做到有问必答，我们希望为客人提供的不仅仅是住宿服务，更能发挥我们的优势，做客人洛阳之旅的向导，让客人的旅程体验更好；

3、开创特色差异化服务：每位入住客人赠送欢迎零食和时令水果；下午茶有洛阳特色牡丹酥;

不仅局限于上述这些，我们会陆续挖掘，我们希望通过这些特色的差异化服务，提高客人满意度和住宿体验；

线下运营



欢迎饮品新增夏季特饮

酒店前台日常泡茶
每天到岗先泡欢迎茶水
清爽又解暑



耳塞、眼罩、牙线、皮筋、口罩、医药箱、洗面奶、卸妆巾、针线包、火柴、剪刀、指甲剪等免费的小物件，能让客人的旅行更加完美😍



餐厅新增咖啡机、饮水机、制冰机,完善早餐服务,引进本地特色-白马寺纯牛奶.果汁更换为汇源品牌果汁.

线下运营



隐藏摄像头检测:

使用多功能红外探测器专业设备每日查房时检测,此设备在各种光线条件下准确检测到所有房间均无隐藏的摄像头。

为让客人住的安心,我们加强管理,日常排查隐患,保障所有住客的隐私安全.

感　谢　观　看

THANKS FOR YOUR WATCHING