旅 悦 集 团

线上运营联盟
标杆门店

旅悦
tripmod

门店详情

旅悦 tripmod

门店名称：SHANHAI · 山海居（大同古城鼓楼店）

门店地址：山西大同南城墙永泰门府学里L25号

门店体量：5间房

门店基础：2025年1月开始运营

起始点评：4.8，71条；目前点评：4.85，274条

配合程度：高



数据情况：2024年&2025年线上销售间夜量对比

数据来源：携程离店数据



门店在1-3月份进店运营期间，订单间夜量和营收开始出现明显涨幅。
环比三月间夜量分别有42%、433%、335%的涨幅

数据情况：2024年&2025年线上销售间夜量对比

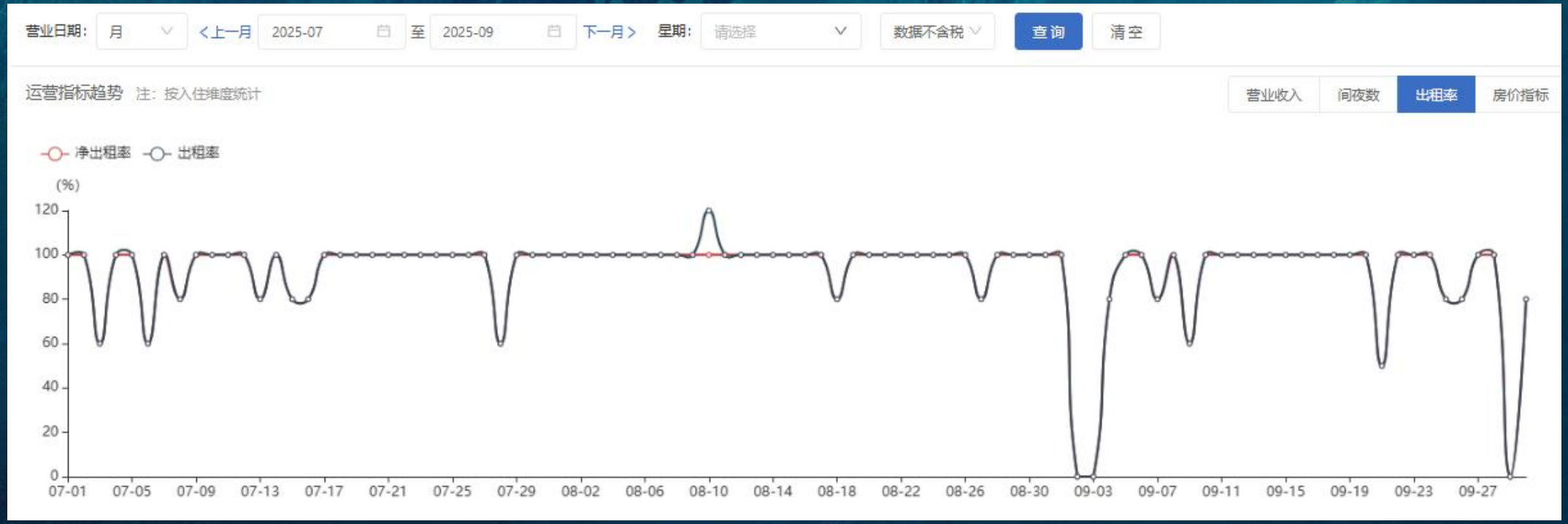
数据来源：携程离店数据



门店在暑假旺季期间，间夜量相比去年仍然有明显涨幅，7月同比增长106%

渠道情况

2025年第三季度线上出租率



25年第三季度平均出租率为89.57%，去年同期出租率为56.5%，增长值约为33%，单房平均卖价增长60元。

运营动作

刚进场时期，门店携程渠道除了照片都属于较差状态，主要采取了以下几点

1. 确定定位。

1）人群分析：通过对门店近一个月用户画像的深入分析，我们发现主要客户群体为 35 至 44 岁的女性，且以高档消费群体为主。这类顾客群体对配套服务有着较高的期待与要求。鉴于此，门店应针对性地提供更加贴心、符合其需求的服务，如专为女性设计的饮品、餐食等，以进一步巩固并扩大这一优质客户群体。

2）目前展示的图片数量已经足够，但一些设施设备如图书室等没有对应照片展示，后续需要拍摄并补充。同时为门店上线图文秀

2. 门店调整动作

1）对各项静态信息进行优化，房型名称体系梳理。
2）修改价格与取消策略。
3）精选展示标签，凸显酒店特色，迎合地区消费人群的消费习惯推送策略。
4）点评回复内容人性化、特色化、针对化，提高后续转化率。
5）符合门店定位的促销活动的报名。

运营动作

经历进场爬坡期之后，项目进入稳定运营期，开始进行页面装饰，持续提升转化率，后续调整计划：

1. 进行房间软装装饰的更新，如假花的布置，装饰性书籍的放置等；

2. 待门店观感达到竞对商家平均，使得流量达到商圈平均水平

3. 待旺季积累好数据后，进一步提升门店流量，主要有图文秀、旅拍文章等。





感　谢　观　看

THANKS FOR YOUR WATCHING