

旅游淡旺季割裂期增长难？

阿里助力张家界旅游实现盈利与潜力共增长

广告主：魅力湘西（张家界魅力湘西国际旅行社有限责任公司）

所属行业：旅游

执行时间：2019.08

参选类别：移动营销类-展示类

营销背景

天然优势：张家界旅游为世界自然遗产，景区资源独特丰富，观赏性高，有承载力。

政策支持：老牌演艺文化《魅力湘西》《天门狐仙》人气高，世界自然遗产资源与中国演艺文化品牌高度融合。

综艺加持：《我家那小子》民宿取景地-“回家的孩子”，《最爱的女人们》民宿取景地-“五号山谷”等。

痛点：

- 1、张家界旅游不到 10%企业尝试过信息流类投放；
- 2、张家界旅游行业淡旺季明显，客流量不稳定，广告主盈利存在割裂期；
- 3、张家界旅游客户无知名品牌，难以通过品牌引流。

营销目标

- 1、填补信息流投放缺口，打造张家界旅游行业的明星企业。
- 2、在淡季期间持续培养潜在客户，获得更多增长。

策略与创意

1、大数据赋能个性化营销战略，打造张家界旅游行业标杆客户。

牵星大数据分析决策平台，基于阿里巴巴海量真实大数据的整合与深度数据挖掘，提供全链路行为数据追踪及全方位洞察服务，精准定位并分析关于行业、竞争对手及消费者的有效信息，为广告主市场策略提供全面、精准、高效的营销决策支持。



牵星为客户实现受众群体精准洞察，差异模块精准定投，定制创意精准触达。借助张家界节庆民俗节点，打造风情特色创意物料，个性化直击受众兴趣点。有效缩短交易流程，推进转化效率提升，减少客流量折损。

借助牵星DMP发现，张家界旅游行业客户的**中流砥柱为有着充裕的收入宝爸宝妈、情侣和学生**

成交企业类型研究

人数	性别	职业	学历	收入	城市	行业
110	男	高级管理人员	本科	10000-15000	北京	互联网
111	女	自由职业者	本科	5000-10000	上海	零售
112	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
113	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
114	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
115	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
116	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
117	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
118	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
119	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
120	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
121	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
122	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
123	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
124	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
125	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
126	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
127	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
128	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
129	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网
130	男	自由职业者	本科	5000-10000	北京	互联网

收集部分成交客户作为样本，进行属性偏好分析并标签化
合理设置账户定向以及提炼种子人群

目标人群研究

宝爸宝妈-中流砥柱，充裕收入支撑品质生活

人群属性

- 男：女-53.7%：46.3%
- 中高级管理人员 33.6%
- 75%的用户家庭月收入 > 1万元

人群特征

- 博览资讯，爱投资
- 关注自身的健康及修养
- 常用APP类型：理财、资讯、医疗
- 参与活动：运动/健身、养生、字画古玩

消费能力强，理性重品质

- 81.4%的用户拥有至少一张信用卡
- 偏爱购买银行理财和股票银行理财和外汇
- 投资的人均投资金额超过9万

2、打通前后端服务，建立用户运营体系，近距离深挖广告主痛点。

加强客户粘性，了解市场的真实需求，建立完善的用户运营体系。每月定期举办沙龙、新老客户培训、交流会等，以便客户充分表达对 UC 信息流产品的诉求，同时辅助客户解决营销痛点，加强售后服务。

3、强化后端“战力”，建立企业后端培训体系，释放可持续发展价值，提升转化。

平台协助企业后端数据转化人员建立了健全的培训体系，帮助广告主分析营销战略的定位，在投放期间培训后端数据人员对营销策略进行实时调整，贴近市场需求，将广告主的利益最大化。

执行过程/媒体表现

1、大数据赋能个性化营销战略，打造张家界旅游行业标杆客户。

在特定时间段向一、二线城市消费力较高的人群推送个性化广告素材，为打造高端品质游积蓄力量；

UC 信息流中还插入了旅游攻略类原生广告，以更原生的方式在帮助不同年龄层客户获取资讯的同时轻松的获得其信任，加速转化；

为了迎合时下年轻人追求自由自在的喜好，同时减轻广告主转化成本，UC 信息流为广告主定制了民宿活动类型的文案和落地页，助力广告主收割年轻客户群体。

牵星DMP+旅游出行兴趣

目的：打造高端品质游-独立成团 地域：核心一二线城市
 人群：有车有房、已育人群 出价：0.7-1.2元
 兴趣：旅游出行 时段：早7晚12点

创意

攻略类型文案+落地页

目的：增强用户信任，提高转化 地域：全城市（除张家界）
 人群：分年龄层次投放 出价：1-1.5元
 兴趣：暂无 时段：早7晚12点

创意

民宿活动类型文案+落地页

目的：降低转化成本 地域：核心一二线城市
 人群：年轻一族 出价：0.5-0.6元
 兴趣：智能兴趣 时段：早7-早8，晚7-晚9点

创意

2、打通前后端服务，建立用户运营体系，近距离深挖广告主痛点。

走近客户

- 1.新开户详细维护流程**
 尽量减少客户流失，提高首续
- 2.月度≥1次张家界拜访**
 走进客户了解市场，走近客户，获得信任，多次续费
- 3.月度方案数据分析（ppt）**
 月度数据分析、月度优化动作，月度问题总结，找准问题深根细作，稳定客户保有

名称	修改日期	类型	大小
常规-crm常规维护标准	2019/4/18 19:15	XLSX 工作表	14 KB
常规-加粉情况追踪表	2018/11/28 0:15	XLSX 工作表	12 KB
常规-旅游行业精细化运营	2019/8/21 20:47	PPTX 演示文稿	8,899 KB
常规-效果评估报告	2019/2/14 14:52	PPTX 演示文稿	1,160 KB
新开-UC信息流平台使用说明	2018/12/30 15:32	PPTX 演示文稿	2,169 KB
新开-第二天新户回访	2018/12/27 20:51	DOCK 文档	27 KB
新开-第一通电话	2019/3/31 16:42	DOCK 文档	15 KB
新开-上线资质要求	2019/4/18 18:57	DOCK 文档	15 KB
新开-销售跟进表	2018/12/27 20:51	DOCK 文档	27 KB
新开-新户30天内维护标准	2019/8/16 16:07	DOCK 文档	46 KB
月度-旅游KA提升方案	2019/8/22 21:38	PPTX 演示文稿	4,530 KB
月度-旅游行业优秀案例分析	2019/8/27 7:44	PPTX 演示文稿	2,704 KB
月度-旅游中小提升方案	2019/8/16 19:46	PPTX 演示文稿	850 KB

3、强化后端“战力”，建立企业后端培训体系，释放可持续发展价值，提升转化。



营销效果与市场反馈

最终，平台与广告主在商业上实现了共赢，数据显示广告主的 ROI 在 7 月的峰值为 1:2.08，消费持续上涨。