



数据驱动旅游业

营销智能化发展



o Part1

中国在线旅游市场浅析

- a. 中国在线旅游市场概况
- b. 旅游业EDM使用现状

o Part2

大数据时代中的机遇

- a. 大数据的时代
- b. 如何利用数据把握机遇

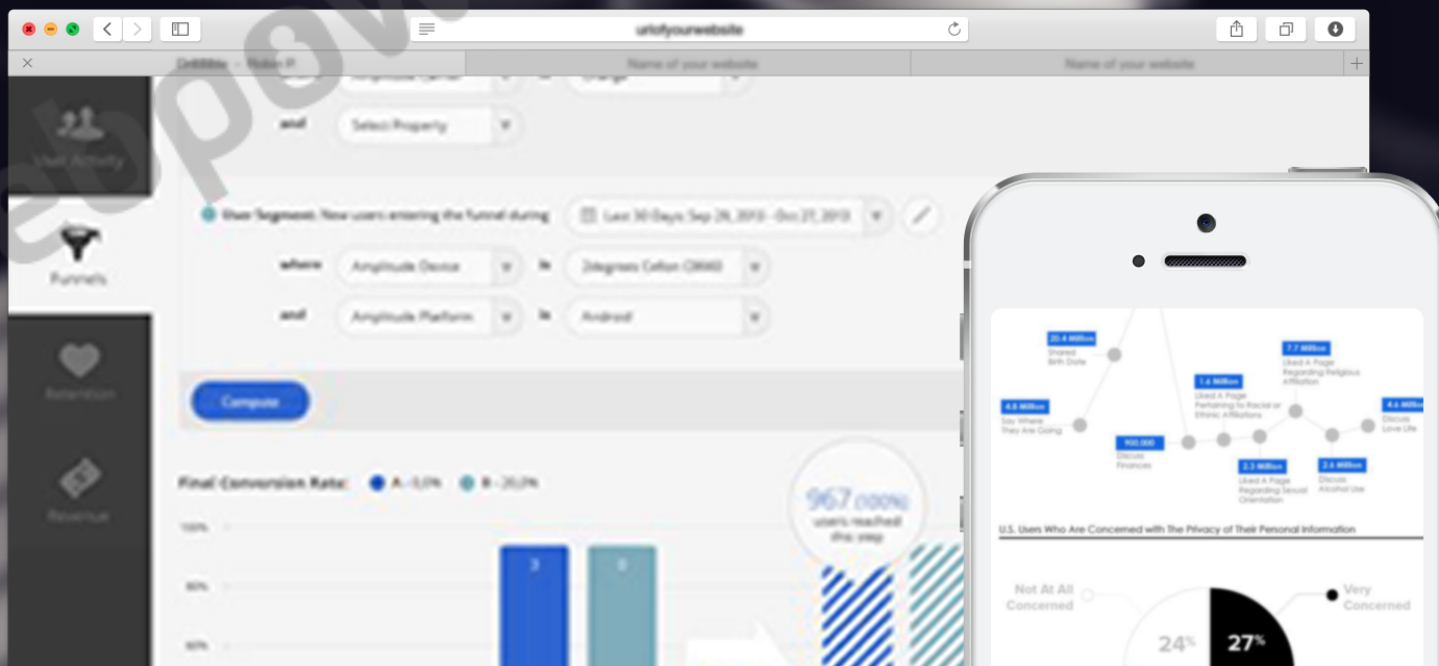
o Part3

案例分享

- a. Linda's story
- b. Peter's story

o Part4

结语

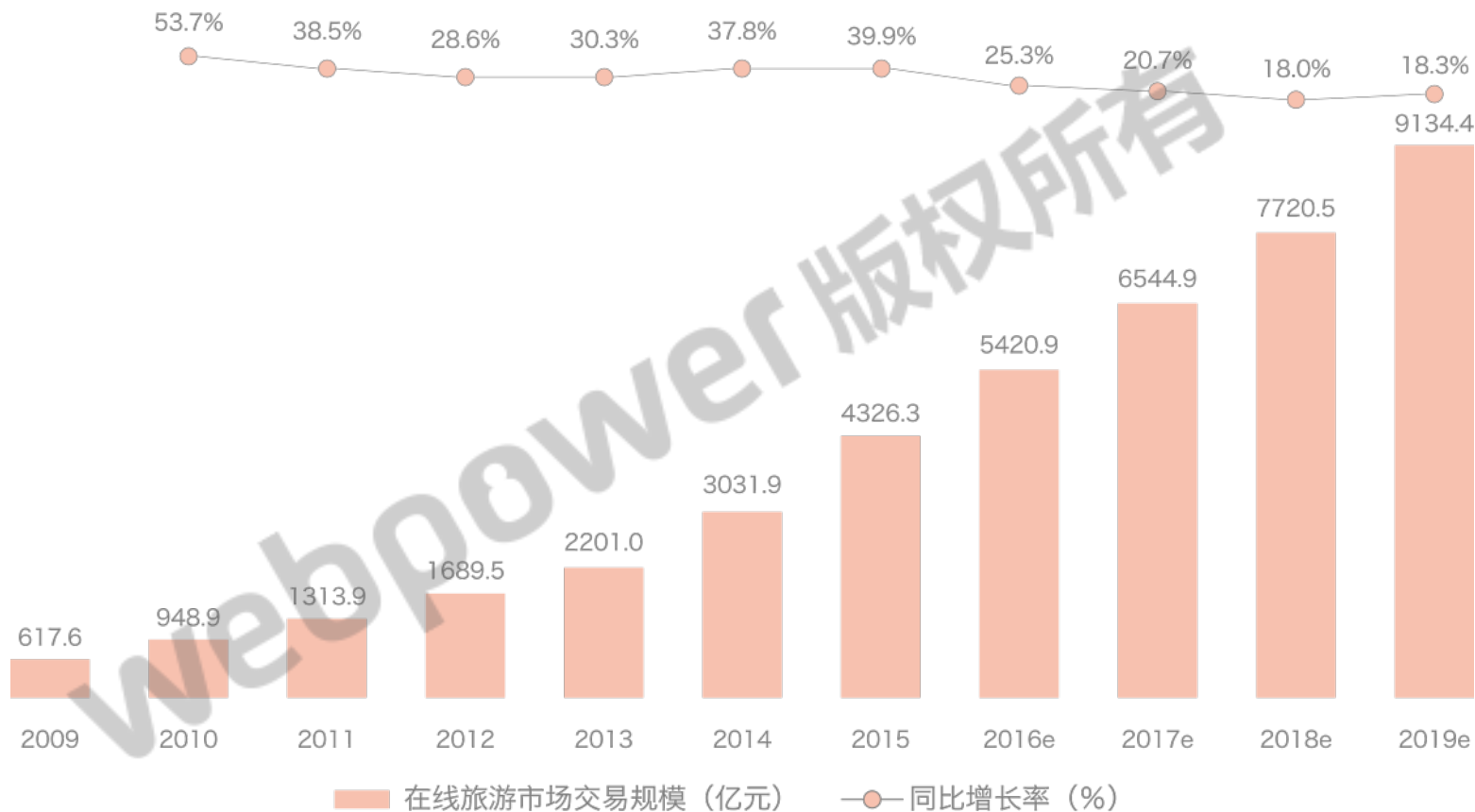


中国在线旅游市场浅析



1.1 中国旅游行业发展现状概况

2009-2019年中国在线旅游市场交易规模



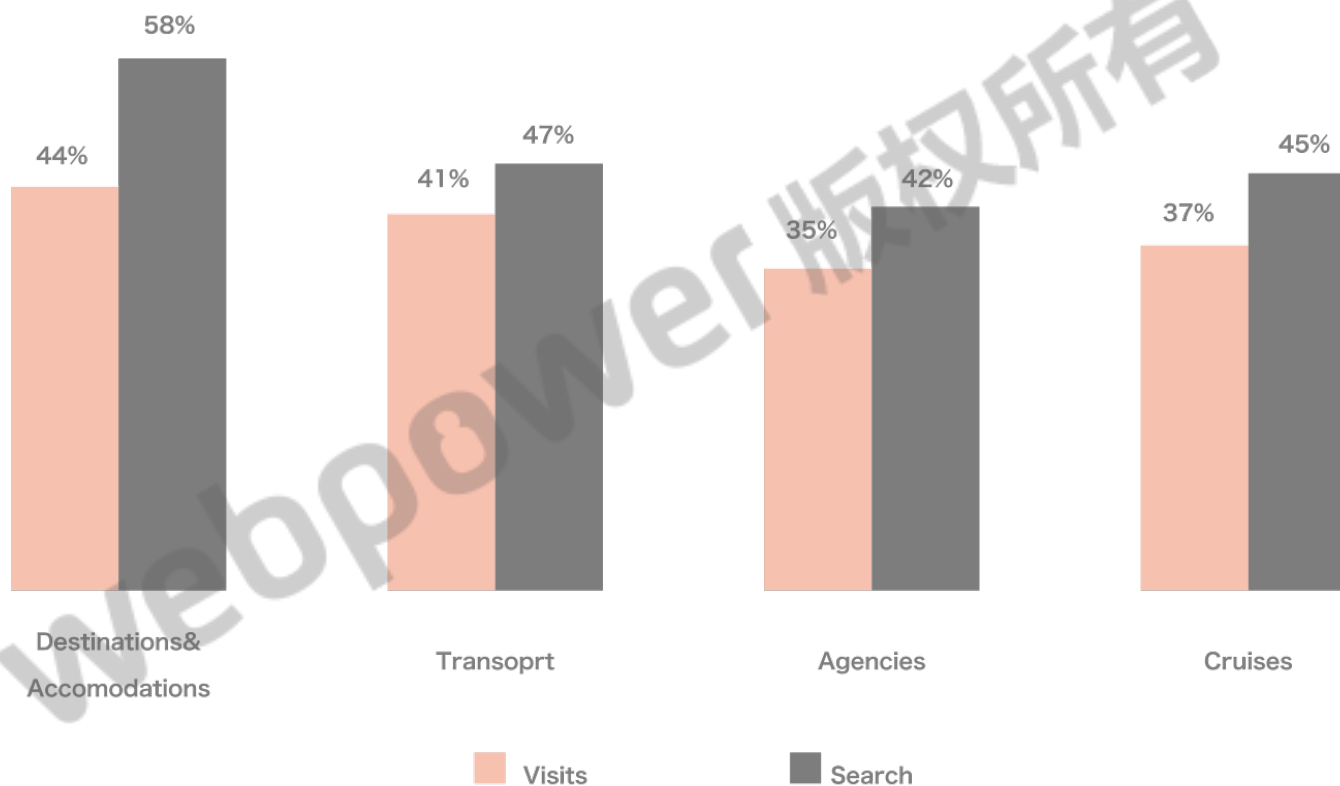
来源：综合上市公司财报，企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

1.1 中国在线旅游市场概况 – 线上营销渠道



1.1 中国旅游行业市场分析

Mobile share of site visits and searches resulting in a click to Travel sub-industry



Source: Hitwise, a division of Connexity

1.2 在线旅游业EDM使用现状 – 2016数据分享

2015.5-2016.4旅游行业EDM表现

平均送达率



平均独立打开率



平均独立点击打开率

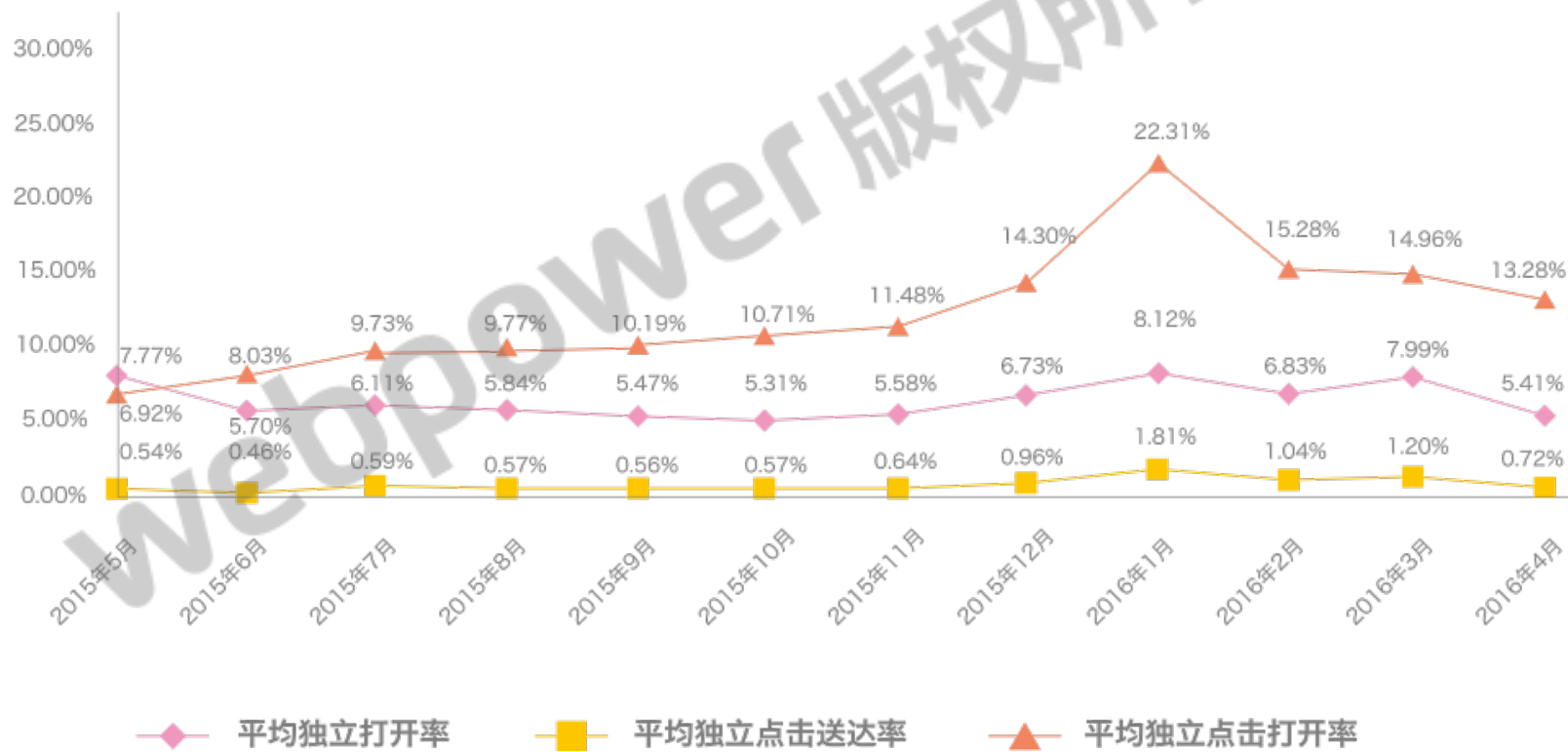


平均独立点击送达率

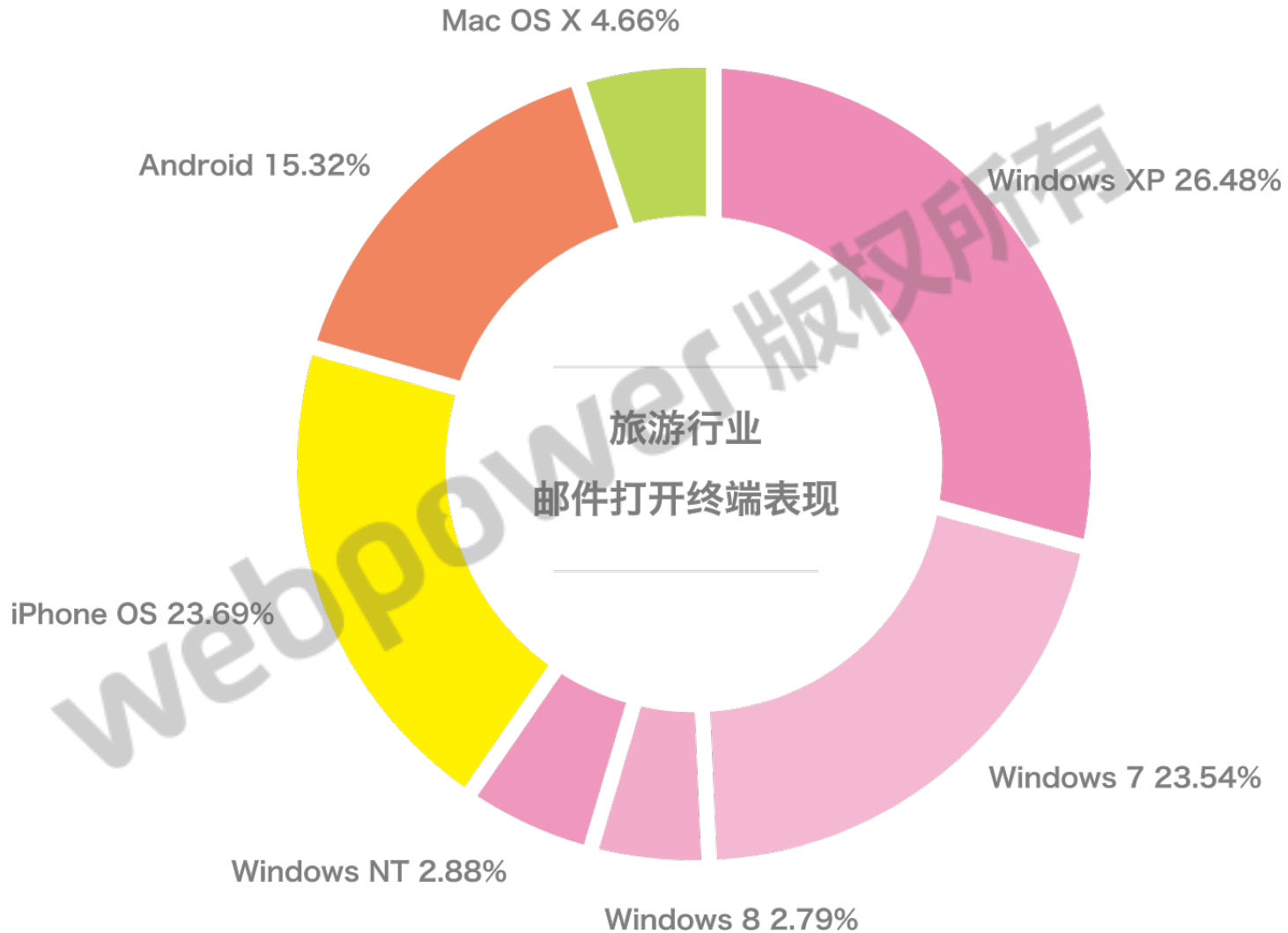


1.2 在线旅游业EDM使用现状 – 2016数据分享

2015.5-2016.4旅游行业EDM表现



1.2 在线旅游业EDM使用现状 – 2016数据分享



1.2 旅游业EDM使用现状 – 三大难题

邮件设计
乏善可陈



图文比例分配不合理
且缺乏亮点

内容同质化，
缺乏吸引力




邮件内容无法引起用户的兴趣度，
缺乏个性化内容

用户体验度差

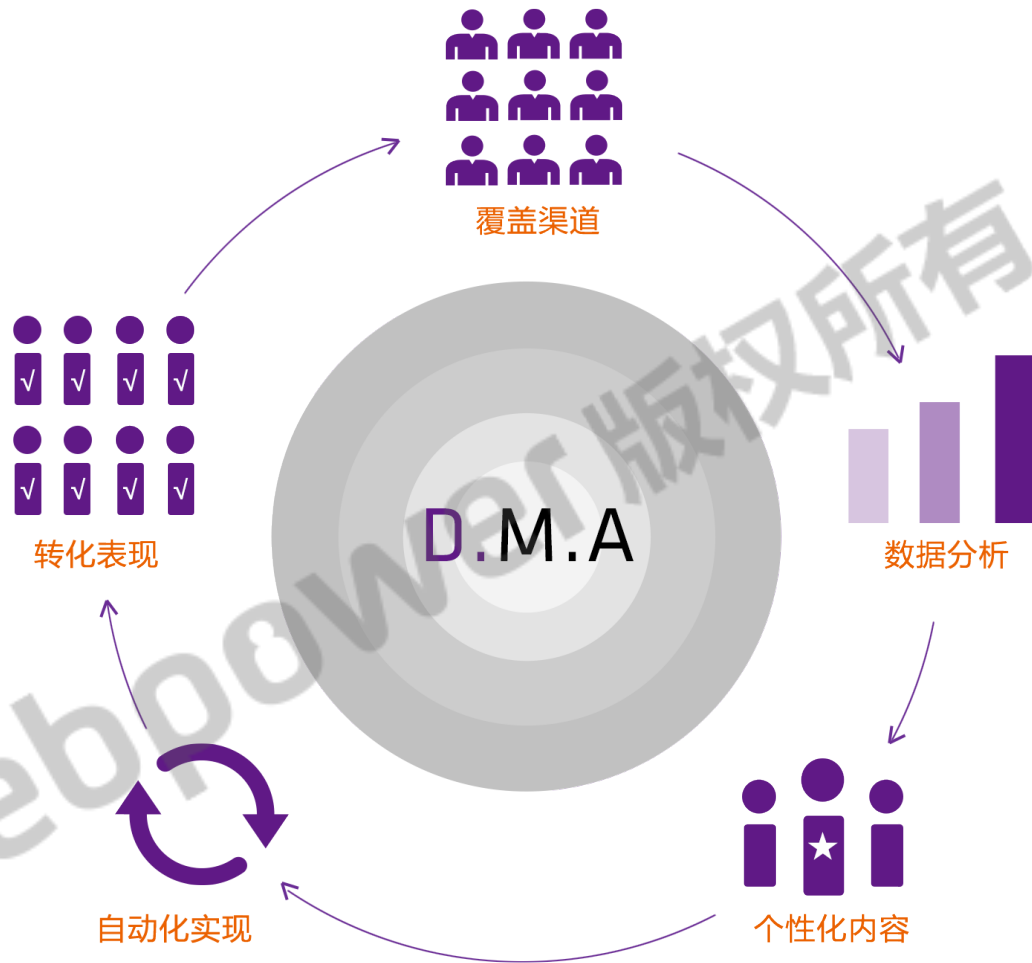


邮件无法很好的在
移动设备上阅读

An aerial, black and white photograph of a dense urban skyline, likely New York City. The Empire State Building is the most prominent skyscraper in the center. The image shows a vast expanse of high-rise buildings, with a mix of architectural styles. The sky is overcast with heavy clouds. A semi-transparent white rounded rectangle is overlaid in the center, containing the text.

两极化的表现，到底隐藏着什么玄机

2.2 利用数据把握机遇 – D.M.A



D.M.A = Data-Driven Marketing Automation

案例分享



D.M.A Campaign One

– 同程网

“Linda 的海滨周末之旅”



Day 1 17:30

“

呼~今天的事情都处理完了~
这个周末想好好放松下，趁还有些时间，
搜搜看周末海滩游有哪些好去处~

”



Day 2 12:00

收件人：Linda<Linda.yin@163.com>

主题：【盛夏狂欢季】海滨游特价套餐推荐！



“

真贴心啊，邮件里推荐的都好诱人！
先每个都看下，等午餐后顺便看看其他网站有没有信价比更高的推荐~

”

Day 3 8:00

“

哇塞！

这封邮件里推荐的手机专享门票比其他网站的优惠力度要大的多啊，太棒了！！

”



“

现在就去同程的APP里下订单！

哈哈~这个周末又能全家出游啦\(^o^)/~

”



3.1 D.M.A Campaign One 总结

D.M.A Campaign One 智能化营销全景



D.M.A Campaign Two

— 穷游网

“Peter的休闲台湾行”



Day 1 21:00



“

各种折扣的秒杀~
戳一下看看~

”



“

一直想去台湾，这个价格真心白菜啊~心动了！❤️

先玩把游戏，等下去他们网站接着看~~

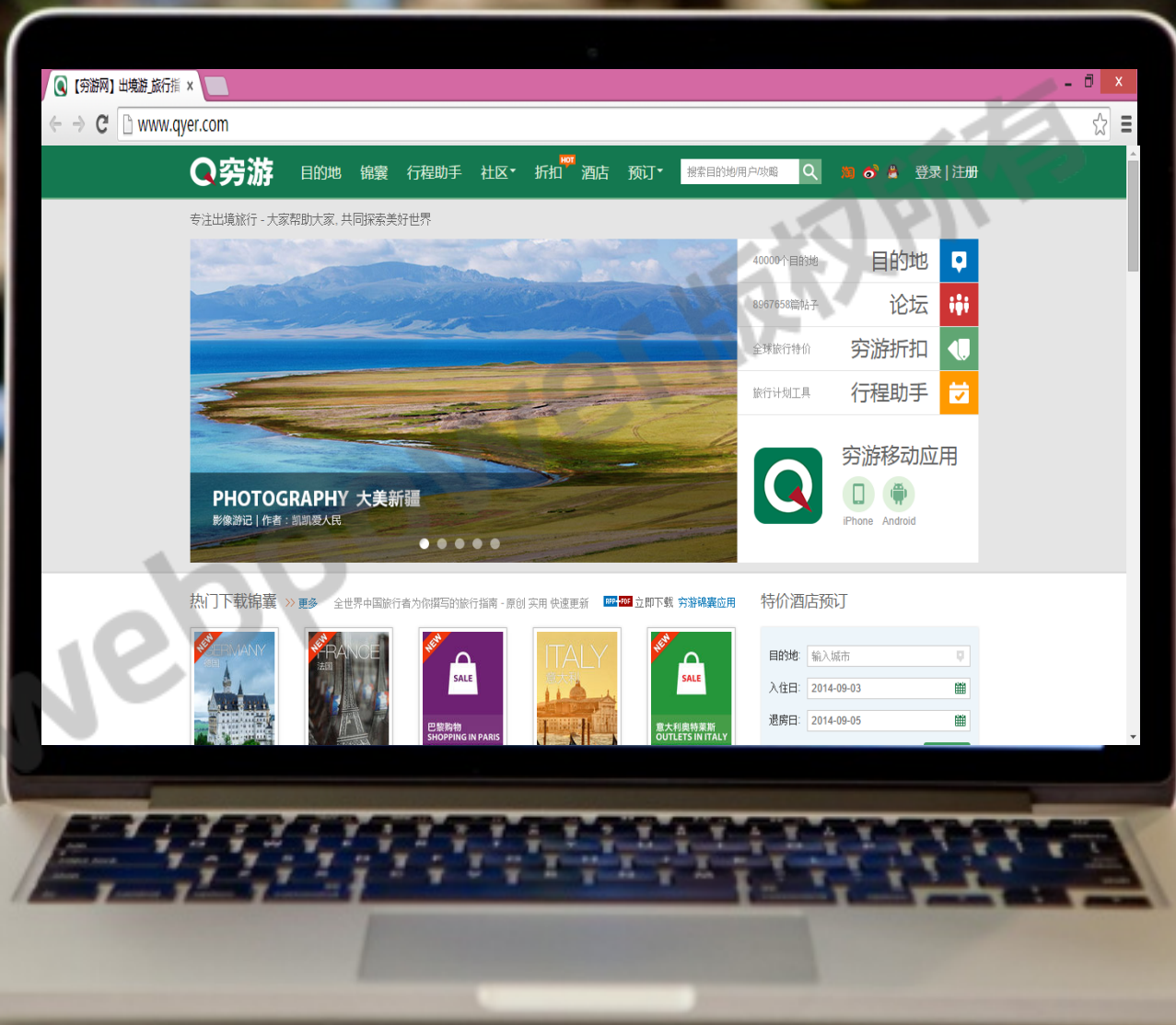
”

Day 1 23:00

“ 看看其他穷游er台湾行的推荐路线和攻略~

好像有点晚了，先睡吧，明天有时间继续看。

”



Day 3 10:00

收件人：Peter<Peter.Ji@gmail.com>

主题：520高潮日，入台证9元！更多爆款不要停！

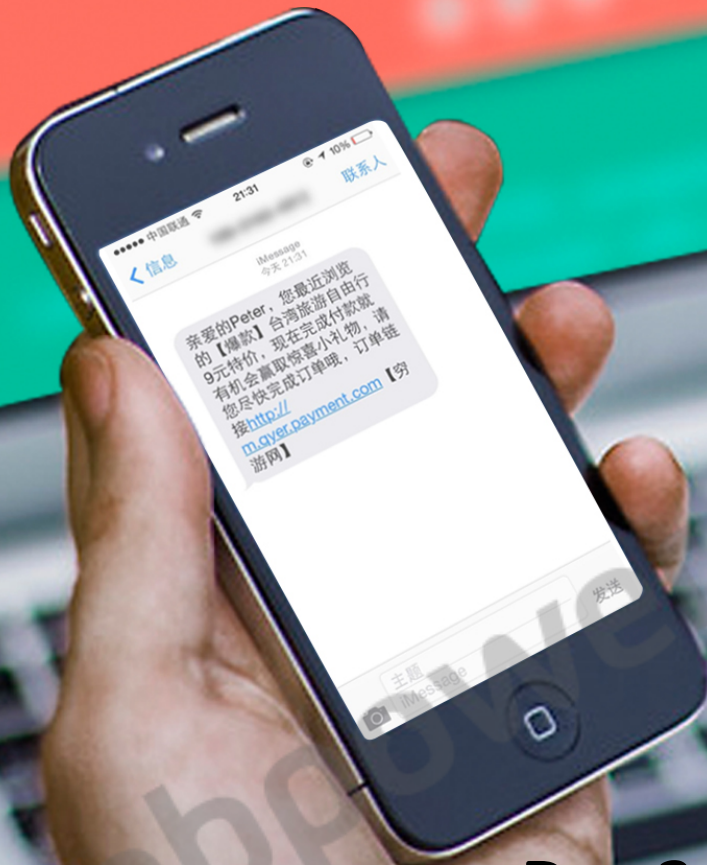
“

邮件里的这个就是上次看的那个优惠套餐！正好到了抢购时间，果断下单！

(◕‿◕)...网络好像出了点问题，还好先抢到了，等稳定了再付款吧...

”





Day 3 18:00

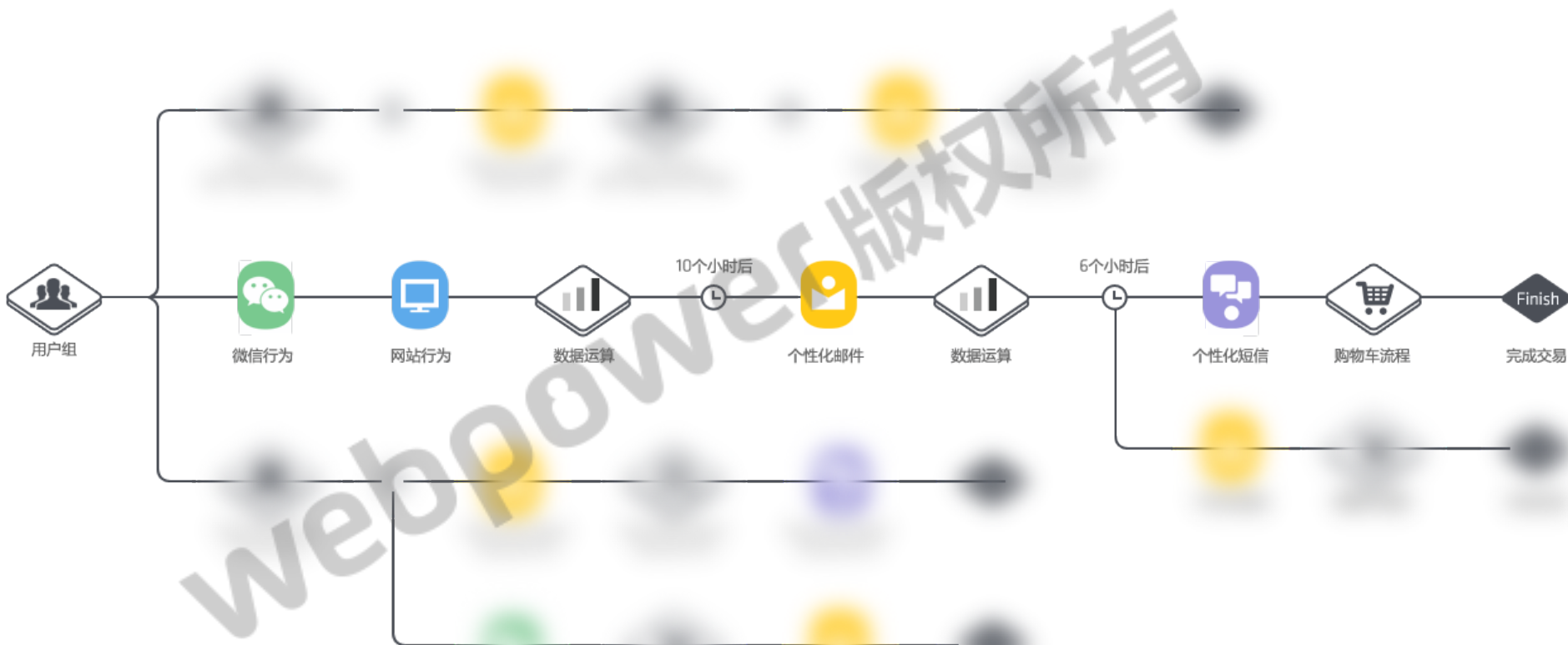
“

刚刚一直忙着工作上的事情，还好收到了贴心的短信付款提醒，这就去完成付款！

”

3.2 D.M.A Campaign Two 总结

D.M.A Campaign Two 智能化营销全景



专注于智能化营销领域

渠道多样化 · 发送自动化 · 内容个性化



智能化营销



短信营销



邮件营销



项目管理



账户运维



营销咨询

THANK YOU

