



订酒店 用艺龙

精准营销探讨

环球旅讯 Nov-16

- 在对的时间，使用合适的通道，发布需要的内容，与精细分层的目标用户进行高效沟通
- 增加品牌曝光，增加新用户，增强老用户粘性，提高购买频次、客单价
- 提升用户体验，避免频繁打扰用户
- 成本考虑
- 条件可行：媒体、技术、数据、通道
 - 精准化广告投放
 - 精准化用户运营

艺龙在DSP的探索

- 目标用户拆解、筛选及分析
 - 出行场景
 - 年龄层
 - 地域分布
 - 使用行为
 - POI属性

- 媒体选择
 - 媒体流量池
 - 数据量
 - 匹配精准度
 - 媒体属性
 - 场景
 - 成本

- 素材制作
 - 图文合一
 - 场景订制
 - 惹眼与无效点击的平衡

出差三个月看到现成的婚房，我承认我感动了



装修之家网 575评论 4小时前

VS



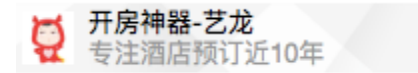
女友用艺龙订的情侣酒店，竟然才花了98块钱



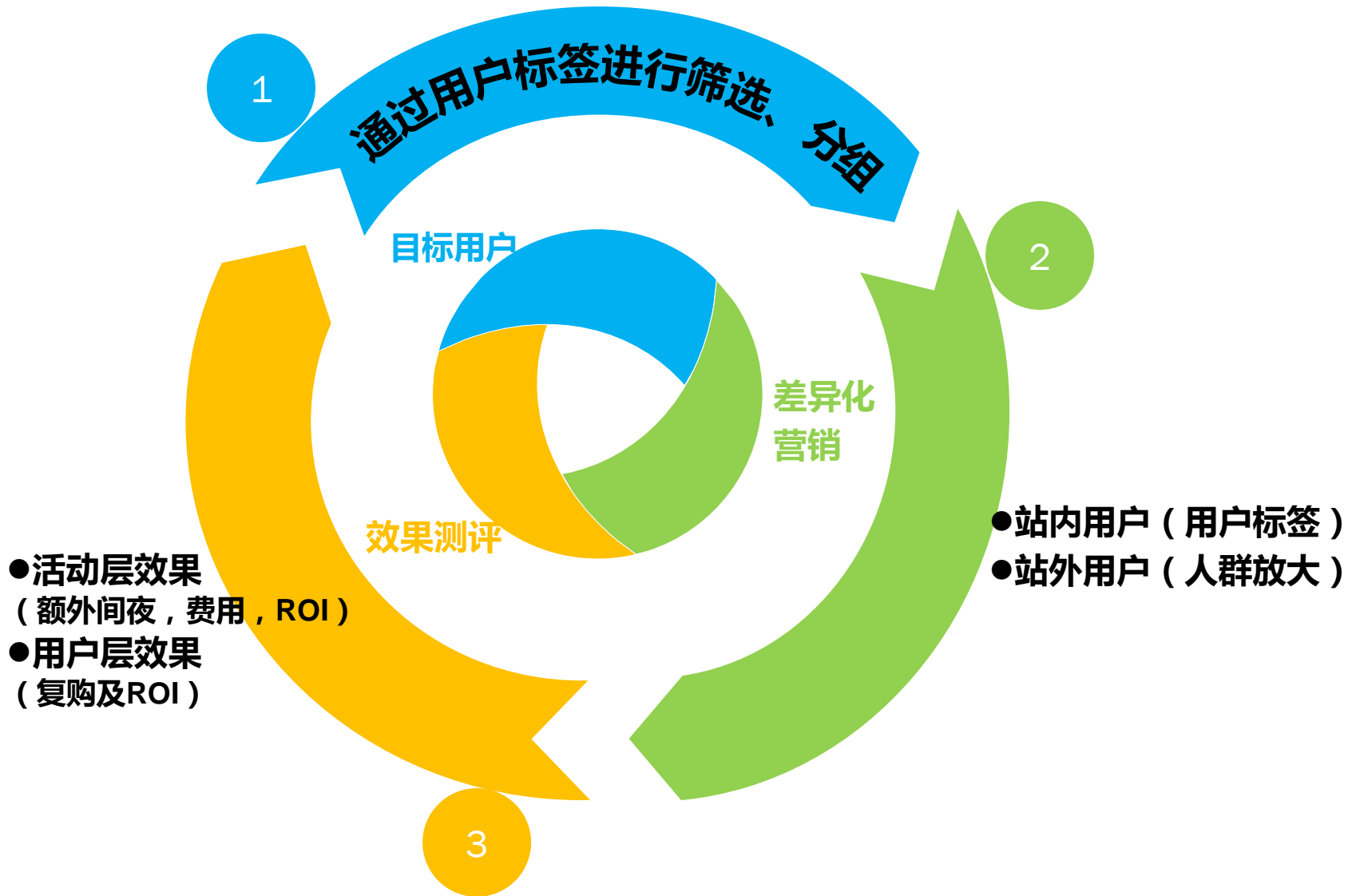
花商务酒店的价格，订到星级酒店，爽！

效果举例

- 附近的人
 - 约会人群，CPA降低一半
- POI定向
 - 交通枢纽、景区，抢占旅行精准人群
- 排除老用户
 - CPA降低20%
- 兴趣部落
 - 旅行+趣味素材，争取年轻用户
- 老客召回
 - 搜索未预定用户，拉升复购

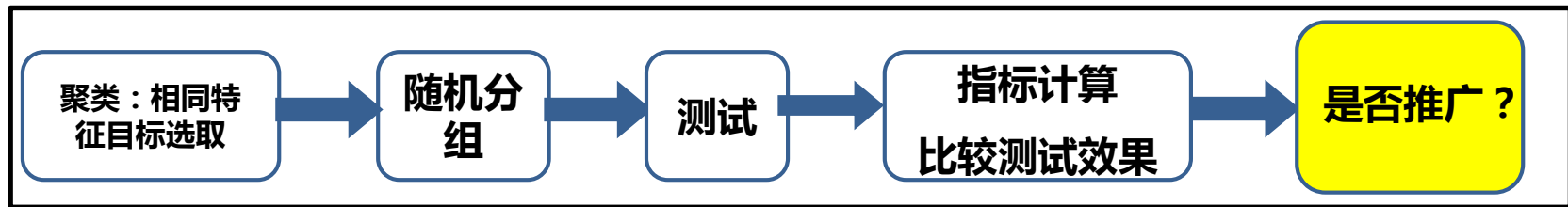


用户运营体系 — 形成闭环数据流，相互促进



- 额外提升间夜
- 额外提升间夜的红包费用(或其他促销费用)
- ROI

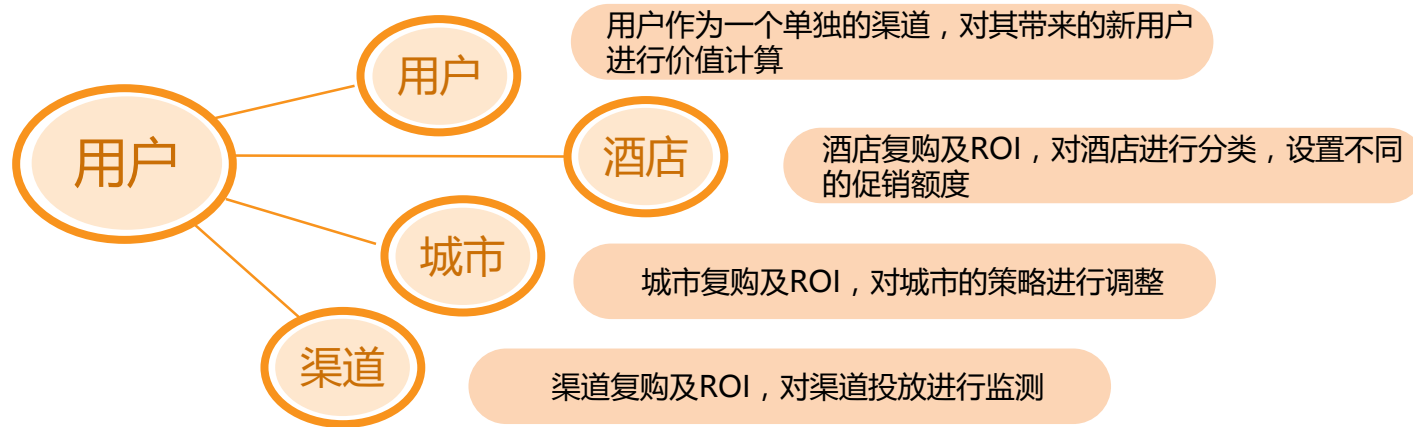
AB测试方法论



用户层效果测评

以单个用户为渠道，计算

- 单个用户的30,60,90,120天...每个复购周期内的复购率及ROI
- 用户价值



- ✓ **新用户**：到达3~6个月复购周期时进行沟通; 或当新用户达到3,5,7间夜拐点的时候进行外界刺激
- ✓ **老用户**：复购周期作为一个用户中层标签，结合其他标签对不同用户进行沟通

- 万圣节精准营销
 - 筛选游乐场、创业园等位置进行个性化推送
 - 领取率38%
 - 使用率21%



- 搜索未预定用户

