

2015 旅游营销关键字

效果为王

环球旅讯 2016 系列活动



HMC (中国酒店营销高峰论坛)

5月18 - 19日 上海



ADC (中国航空营销高峰论坛)

7月20 - 21日



TDC (环球旅讯峰会)

8月31日 - 9月1日

座谈嘉宾：



艺龙旅行网 副总裁 **白志伟**



国双 副总裁 **周喜**



赞那度 COO **王洋**



Webpower 中国北方区总监 **苑远**

CASE STUDY

某旅游公司移动整合营销案例



营销现状

- ◆ 当前使用营销渠道：微信、邮件、短信
- ◆ 微信粉丝近5万，活跃粉丝仅10%左右
- ◆ 仍使用粗放式邮件及短信投递

活动：“THE POWER”号寻宝记



预期目标

- ◆ 获取有效注册用户
- ◆ 增加微信粉丝数量
- ◆ 提升用户转化率



HTML5



立即预订

姓名

电话

邮箱

出发日期

航班路线

身份证号

在线咨询



完成预定

姓名 Peter

电话 13636xxxx46

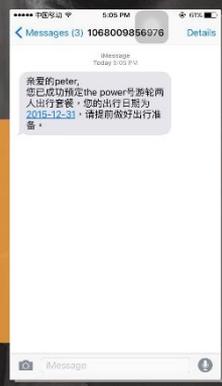
邮箱 Peter@xxx.com

出发日期 2016/01/01

航班路线 上海-釜山-福冈

身份证号 320602xxxxxxxxxx

提交



完成预定

触发订单确认短信



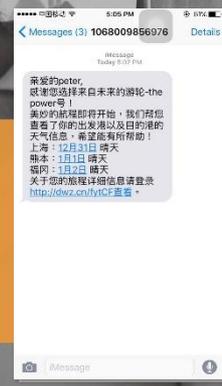
出行前一周

微信推送目的地景点



出行前三天

触发行程信息邮件



出行前一天

触发天气预报短信



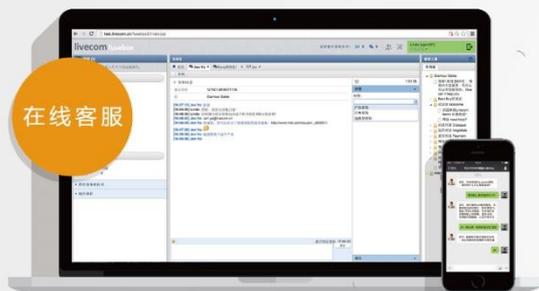
旅行后

触发评论邀请&好友分享邮件

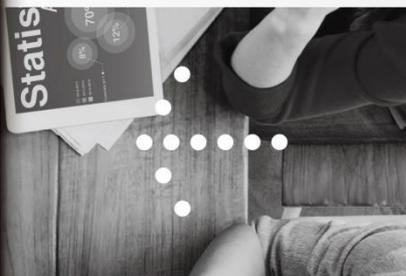


在线咨询 ✨

完成预定



在线客服咨询



通过人工客服介入完成预定，并完成微信账号与网站账号绑定

预定后.....



在线咨询

未完成预定



通过在线客服咨询



根据咨询对话信息
触发个性化邮件和微信推荐航线

DSP



针对打开邮件的用户
进行精准广告投放



活动效果展示

微信图文转化率高达 **218.3%**

用户转化率提升 **66%** (每100位用户的购买率)

微信粉丝增长速度提升 **20.8倍**

