

2017

POWERPOINT

旅游用户的体验流程优化

北京国双科技有限公司



用户是如何评价我的产品/服务的？

我的网站/APP/小程序用户体验表现如何？

搜索结果太影响用户选择我？

广告是否出现在不合适的地方？

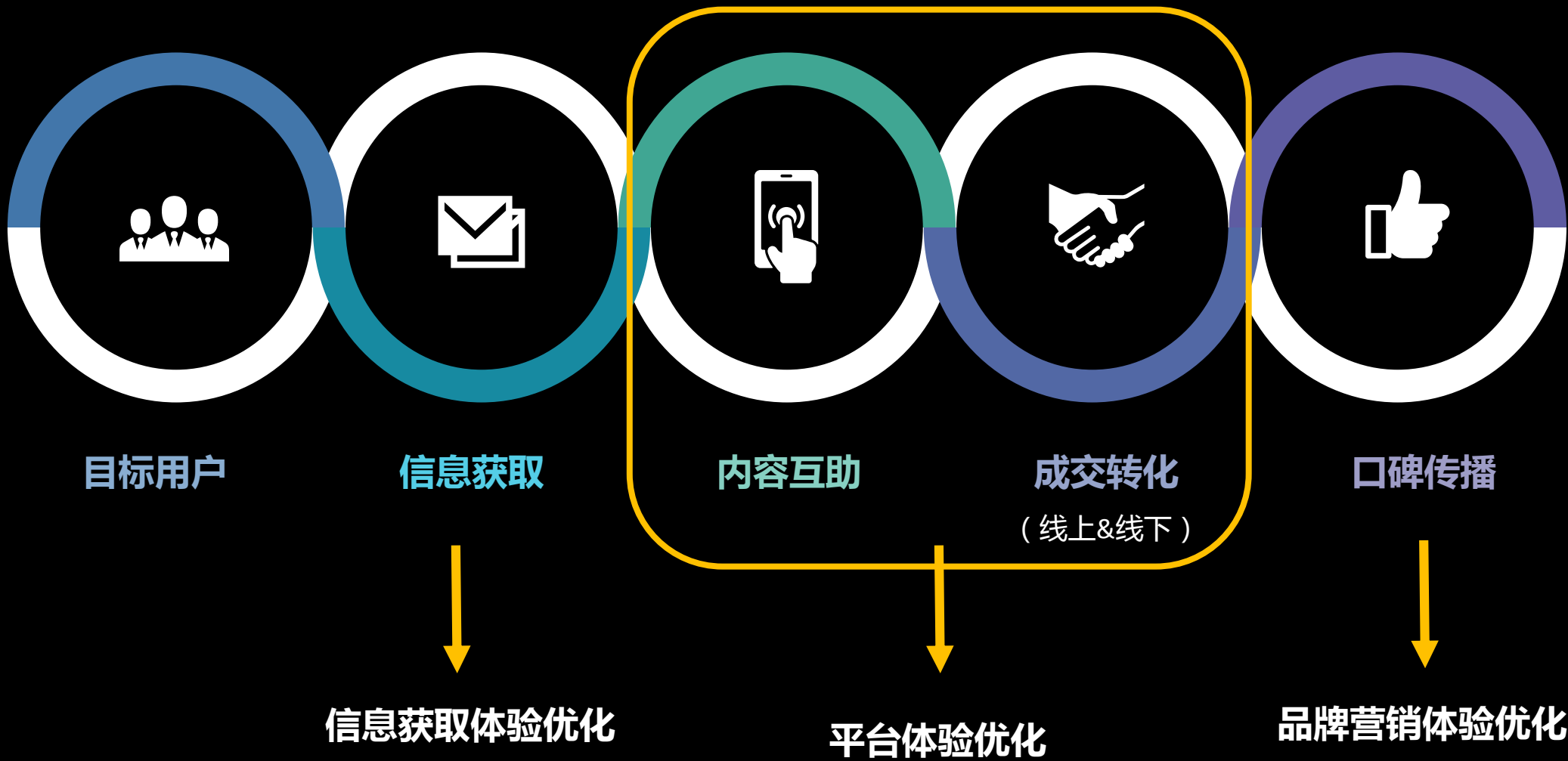
页面场景布局需要调整吗？

为什么用户下载了APP后不注册？

会员的价值怎样进一步提升？

线上到底给线下带来了多少转化？







用户的信息获取体验 优化篇

搜索环境优化
品牌安全优化



用户平台体验 优化篇

用户承接优化
用户留存优化
用户转化优化



用户品牌影响体验 优化篇

用户的售后体验优化
用户的品牌舆情

1000



XX酒店存在重大消防安全隐患

XX游记：记最痛苦的旅行

如何避免不当信息呈现？



百度系产品



新闻系媒体



论坛、贴吧



博客、微博



万万没想到，我的广告出现在了不该出现的地方



品牌广告出现在黄赌毒相关页面



国外品牌主广告出现在中国敏感政治话题中



日企广告出现在抗日电影或电视剧前贴片中



旅游类产品出现在具有旅游事故新闻中



食品类广告出现在食品安全性文章中



汽车广告出现在车祸文章中

如何解决品牌广告环境安全



原始投放环境

定制风险词库

自然语言处理

投放页面分析

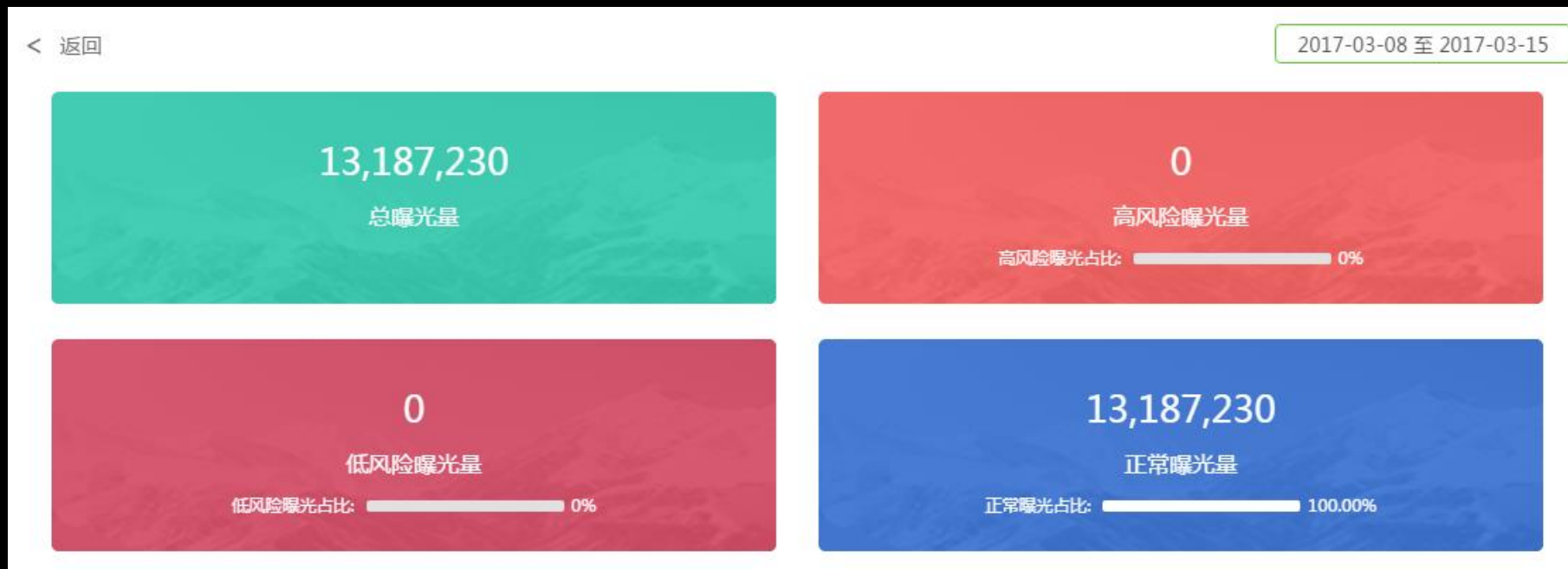
图像存储识别

实时抓取识别

及时预警通知



品牌安全广告展示





用户的信息获取体验 优化篇

搜索环境优化
品牌安全优化



用户平台体验 优化篇

用户承接优化
用户留存优化
用户转化优化



用户品牌影响体验 优化篇

用户的售后体验优化
用户的品牌舆情

平台的体验优化需先避免问题流量，真实的数据是做后续工作的前提

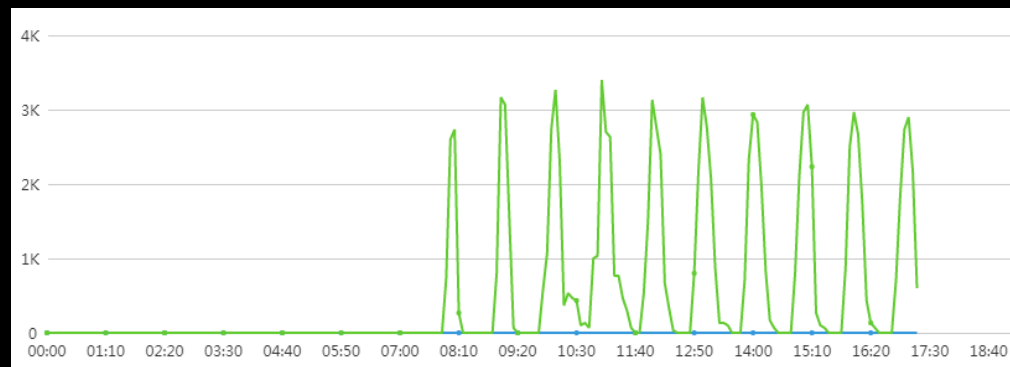
真人 or 机器

30%爬虫+虚假流量



发送数据包

传数接口有问题，需要“优化”一下接口。



然后做好内功，设置合适的着陆页



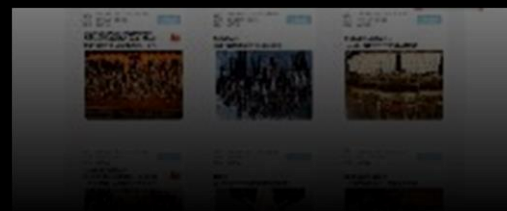
版本1	
版本名称	酒店房间页
版本Url	/rooms
版本备注	

版本2	
版本名称	酒店会议室页
版本Url	meetings-events
版本备注	

只有给用户推送最合适的内容才有最佳的体验



不同的会员，兴趣不一样



如何挖掘潜在客户关注点，客户真正的诉求是什么？



页面布局调整，对我的销量影响大么？

改版前



某旅行预订网站某频道页

改版后



调整后，
页面购买转化率提升**8倍**。

一处看似简单的设计如何快速提升订单量？

改版前



改版后



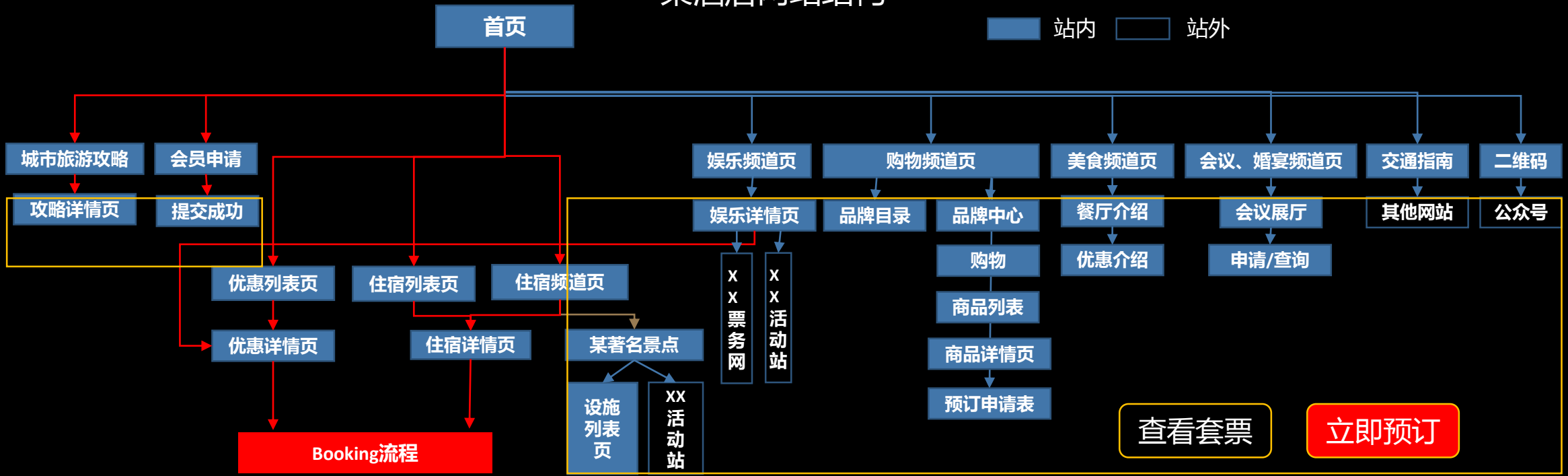
增加热门目的地，
搜索框点击占比增加**17.9%**，
购买转化率提高了**22%**

需掌握用户关注内容、使用习惯

☐	促销信息 	入住日期 	离店日期 	订单量 
☐	已选不使用优惠	2017-08-03	2017-08-04	304
☐	已选不使用优惠	2017-08-02	2017-08-03	269
☐	会员价	2017-07-28	2017-07-29	181
☐	会员价	2017-07-31	2017-08-01	102
☐	已选APP专享价	2017-08-02	2017-08-03	75
☐	会员价	2017-08-03	2017-08-04	56
☐	已选APP专享价	2017-07-28	2017-07-29	22
☐	已选APP专享价	2017-08-03	2017-08-04	22

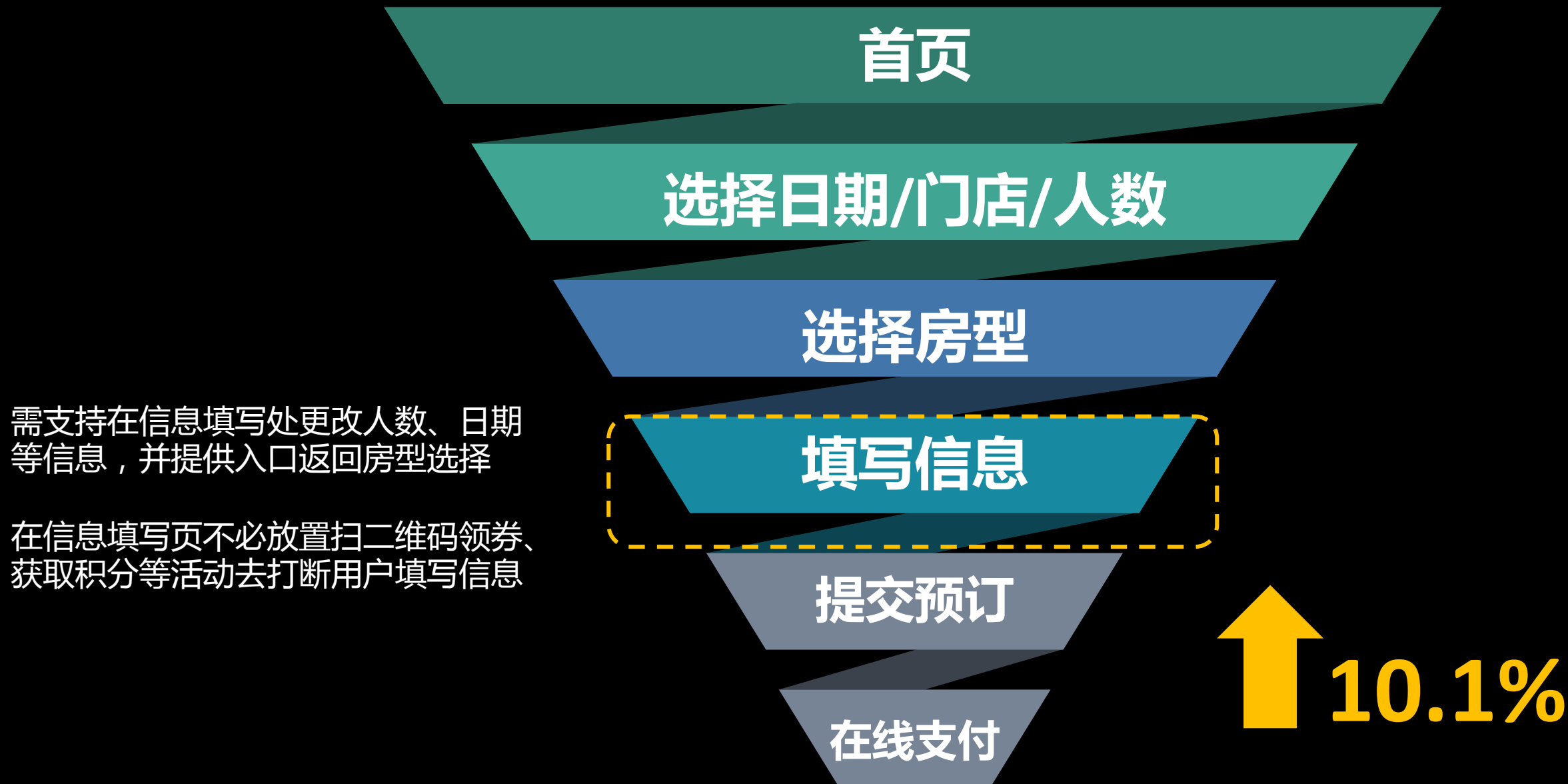
用户来到网站之后，体验流程是如何的？

某酒店网站结构



杜绝“断头路”

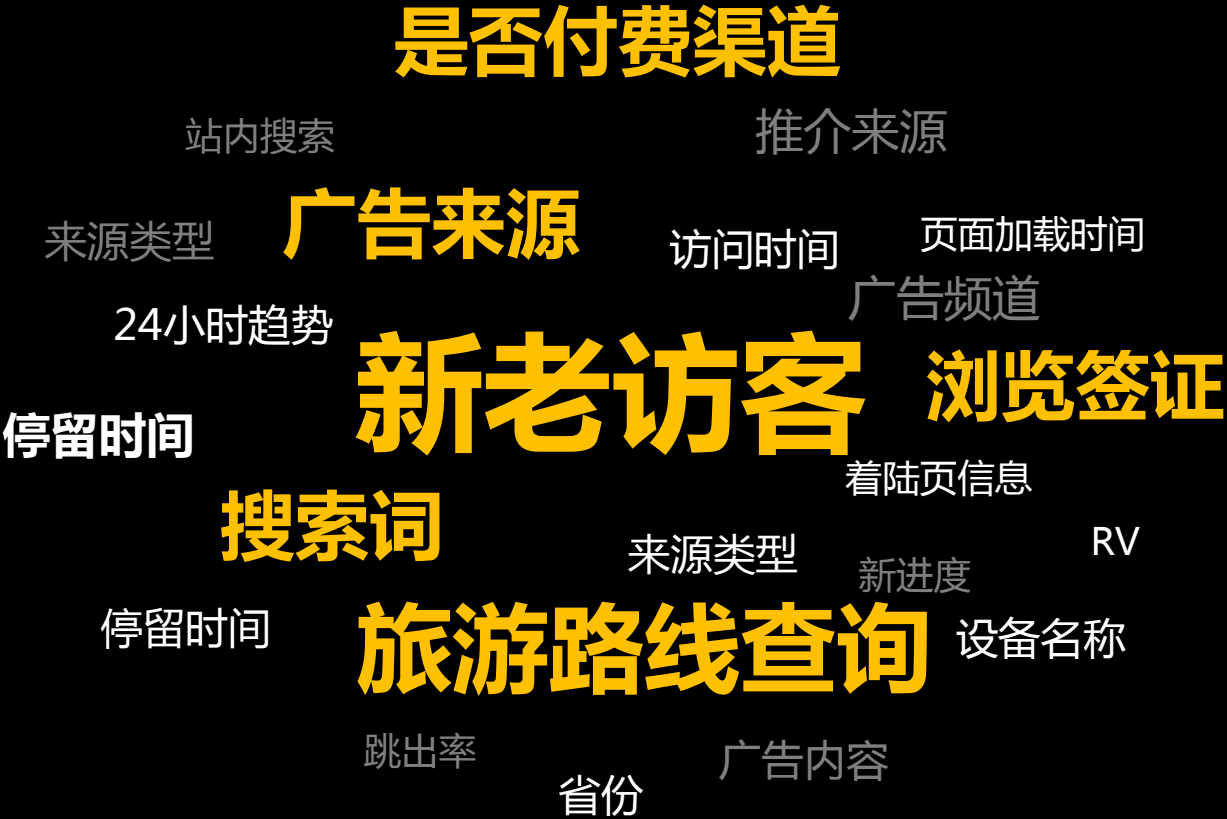
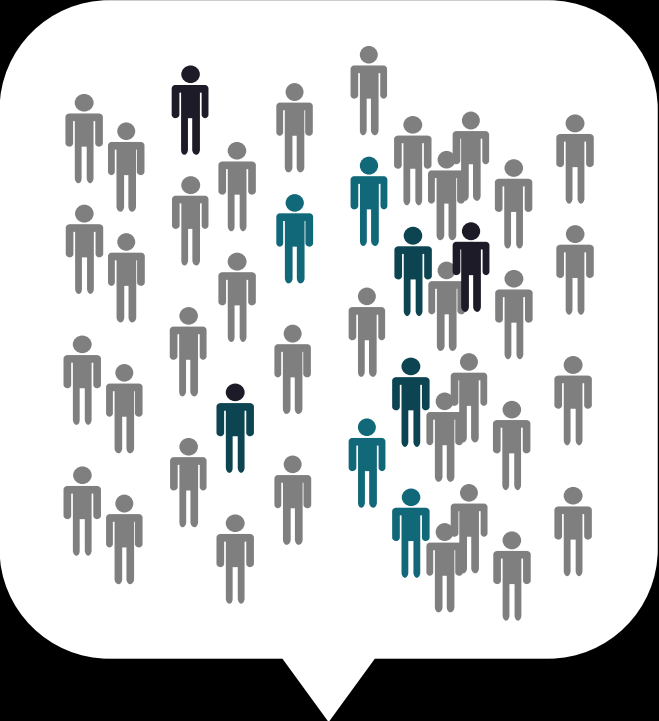
常见的核心留存路径存在哪些问题？



用户留存：数据优化用户流程

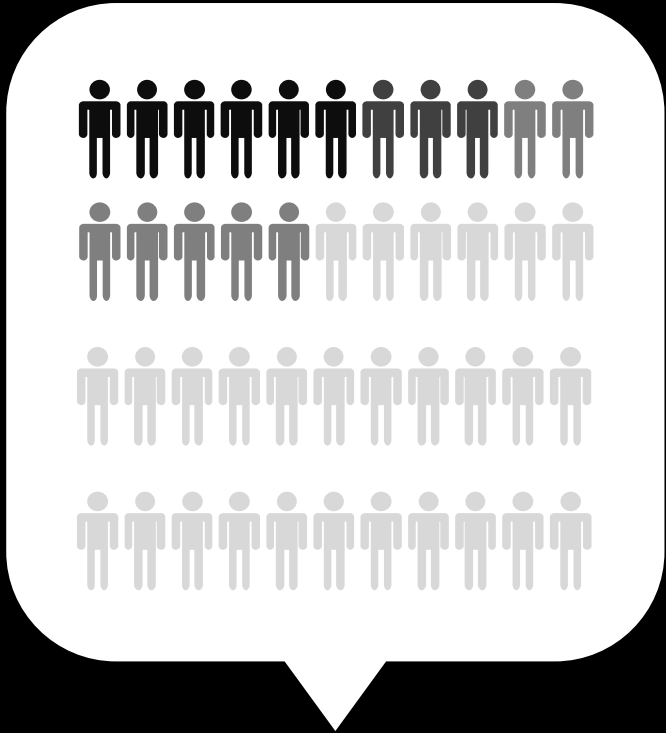
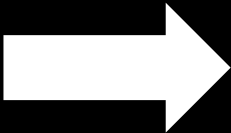


什么在线行为的用户最可能促进其转化？



怎样激活已有的会员？

用户ID	模型分数
1	1.25
2	1.22
3	1.20
4	1.16
5	1.13
6	1.12
7	1.12
8	1.11
9	1.11
10	1.10
11	1.08
.....	



将目标用户按类分群
并基于转化可能性由高至低
顺序排列

怎样激活已有的会员？

品牌交互

交互事件

关注产品

访客质量评级

官网访问次数

官网平均访问页数

官网平均停留时长

广告点击次数

广告曝光次数

全网行为

个人关注

热门站点

常用搜索引擎

搜索词

上网设备

用户属性

常驻省份

常驻城市

自定义标签

CRM-性别

CRM-年龄

覆盖受众总人数

1.65 K

覆盖受众百分比

0 %

符合以下全部条件

添加组

个人关注	等于	飞机		
交互事件	等于	优惠券查询		
关注产品	等于	上海迪士尼		
CRM-年龄	等于	25-30		

预览画像

保存

北京国双科技有限公司享有本文件的所有权（包括但不限于知识产权等）。非经国双科技书面许可，任何人不得披露、复制、拷贝、分发、传播或使用本文件。
Beijing Gridsum Technology Ltd. holds all proprietary right of the document, including but not limited to the intellectual property right. Without written permission of Gridsum Tech., any disclosure, reproduction, copy, distribution, dissemination or using of the document shall be strictly prohibited.

GRIDSUM 国双

怎样激活已有的会员？

半沉睡用户 → 转化用户



用户的信息获取体验 优化篇

搜索环境优化
品牌安全优化



用户平台体验 优化篇

用户承接优化
用户留存优化
用户转化优化



用户品牌影响体验 优化篇

用户的售后体验优化
用户的品牌舆情

覆盖消费者消费全程的体验优化

用户关注点



预订体验质量：

价格丰富度
房型丰富度
购票体验便捷度
预订成功提示
预订变更服务
取消预订服务

酒店运营质量：

交通是否便利
是否有停车位
酒店周围娱乐服务

入住办理服务质量：

前台接待服务质量
办理流程介绍服务
引领到房间服务
行李服务

住宿质量：

房间卫生
WiFi
餐饮
娱乐健身设施丰富度

退房服务质量：

便捷性
速度
是否提供叫车服务

不正常酒店服务质量：

预订后到酒店被通知无房

优化方向

酒店房型，价格等分配

线上预订流程用户体验

积分消费

会员活动

偏好餐饮位置推送

酒店一条龙服务质量

酒店住宿体验

.....

补偿措施

信息推送

互联网舆情猛于虎，广告主要随时接招

2013-8-28点评

前台各个棺材板脸

酒店的位置不错，硬件设施也很好，但是前台的服务却很掉链子，完全与一家五星级酒店应有的服务态度不匹配，甚至比不上快捷酒店。我在排队等待退房时观察了几个前台，基本上无笑脸。前面有一个客人好像是丢了1万块钱，前台至始至终没有向客人表示会反应他的问题给相关人员调查，只是反复强调不可能是酒店的服务生拿的，肯定是客人自己在其他地方丢失的，而且语气上也十分傲慢。我退房卡的时候是另一位前台，中间有些小插曲，虽然双方都有误解的成分，但这位前台直接将责任全盘撇给了我，认为是我的问题，那种说话语气让我觉得是在跟一个政府部门的办事员说话。唯一欣慰的是酒店前台对日本客人也一视同仁，坚持原则，绝不因为外籍客人陪一个笑脸说一句软话。

感谢

回复来自 酒店的前厅部经理

回复时间：2013-9-3

知乎

首页

发现

话题

搜索你感兴趣的内容...



酒店

酒店管理专业

集团

酒店集团的会和集团的会员哪个更好？

添加评论

分享

邀请回答

查看全部 17 个回答



蚂蜂窝

自·由·行

首页 > 马来西亚 > 游记

概况

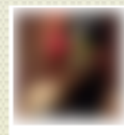
当地特色

交通

住宿

餐饮

线路



乘坐航的遭罪经历—亲身经历 查看原文

(朝阳区) 2012-11-07 15:26:53

请输入您的问题：

您还可以输入91个字符

清空记录

我要投诉



发送

Powered By

意见反馈

企业主需创建属于自己的知识库



问题分类



问题归因及
处理方式

建立问题库

客服

公关

宣传

服务优化

关于国双

10年+海量数据
和经验传承

2016年成为国内首
个赴美纳斯达克上市
的大数据公司

服务多个全球
及国内500强客户
丰富实战能力

4个研发基地
近400研发人员
1690+专利申请数

联合四大高校实验室
为深度营销战略合作
保驾护航

提供数字营销服务
和大数据平台搭建
服务

2017

POWERPOINT

专注数据 创造价值

PRESENTED BY GRIDSUM



网站监测诊断



国双科技公众号