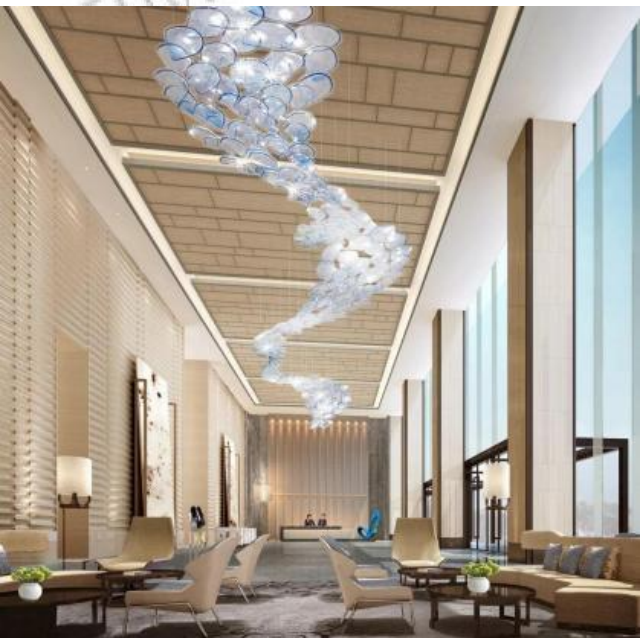


■ Digital Planing of HOTEL BRANDS



# 酒店品牌 数字化升级营销方案

■ 数据化客户体系搭建

■ 会员运营服务体系升级

■ 私域运营体系打造

# AGENDA

1

基于大数据的客户运营转化体系搭建

2

会员体系升级搭建

3

品牌私域运营体系打造



## 酒店行业面临的挑战

利润下滑，拉新乏力，竞争激烈，顾客分流

### ❖ 过度依赖OTA渠道

—— 获客成本高

- ❖ 大多数酒店主要通过网络OTA渠道获客，需要承担高昂的佣金费用；且容易受到其它品牌的干扰。



Online Travel Agency



佣金费用高  
运维可控性低  
易受竞品干扰

### ❖ 品牌流量分散

—— 拉新乏力

- ❖ 社交公域流量曝光成本高昂，且转化率低。
- ❖ 品牌流量分散，单方面传播品牌内容用户缺乏参与感和互动。



社交公域



渠道流量费用高  
用户黏性低  
拉新转化率低

### ❖ 消费者需求多样化

—— 品牌竞争力弱

- ❖ 消费者对产品和服务的需求逐渐多样化，单一产品和服务难以形成强竞争力。
- ❖ 新型酒店层出不穷，市场竞争激烈，会员品牌忠诚度不高。



顾客分流/竞争激烈  
品牌忠诚度弱  
复购率低



## 酒店品牌营销升级要点



A modern interior scene with a large window, a lamp, and a sofa. The scene is partially obscured by a white banner containing text. The background shows a bright, airy room with a large window on the right, a floor lamp with a white shade, and a brown sofa with blue and yellow cushions. A small table with a vase of green flowers is in front of the sofa.

1

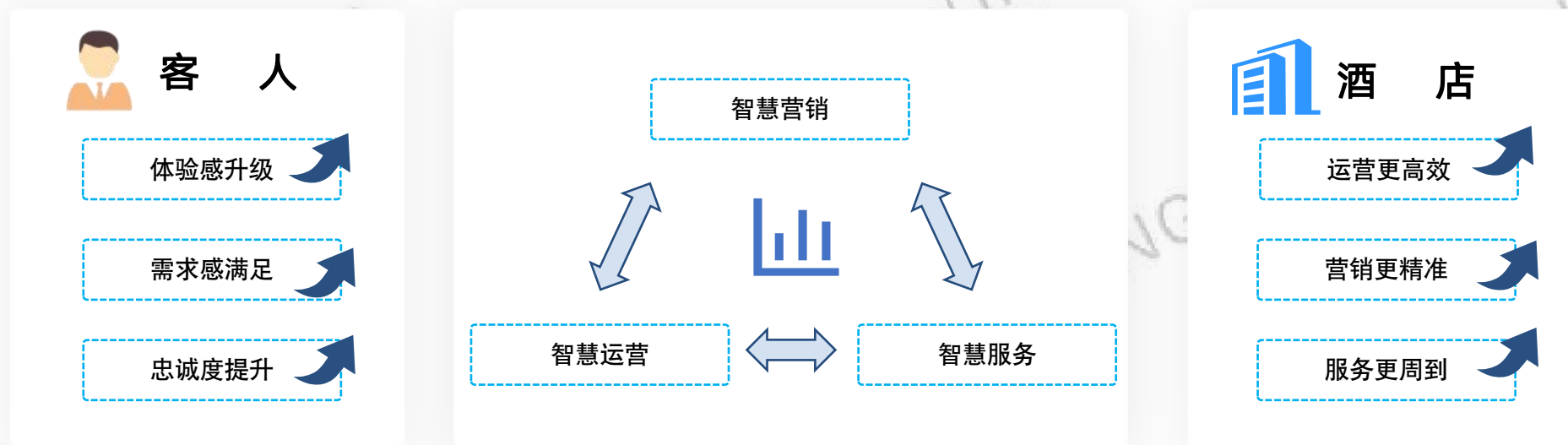
# 基于大数据的 客户运营转化体系搭建



# 现代化智慧酒店运营方案

- 通过全渠道数据整合，构建基于数据运算、客户分析的集智慧运营、智慧服务、智慧营销于一体的现代化酒店运营方案。

## 精准营销 体验升级



# 全渠道数据整合大纲

## 整合目的



### 用户体验一致性

整合消费数据以及会员数据，让会员权益、消费体验在各平台达成一致，同步、便捷、统一、直观地了解自身品牌情况及行业概象。



### 全渠道的数据管理

打破数据孤岛，管理全渠道数据，管理企业各平台数据，涵盖携程、美团、大众点评、飞猪、去哪儿网等多平台数据整合。



### 行为分析数据闭环

无论是客户行为洞察，还是运营诊断，基于全链路的数据可以更准确的进行分析，按流程链入清洗数据，达成数据流程闭环。

## 整合范畴

### 整合类型



订单数据



互动数据



会员数据



整合数据

## 整合渠道



携程



美团



飞猪



大众点评



同程旅游



微信私域



门店柜台



企业CRM



网页埋点

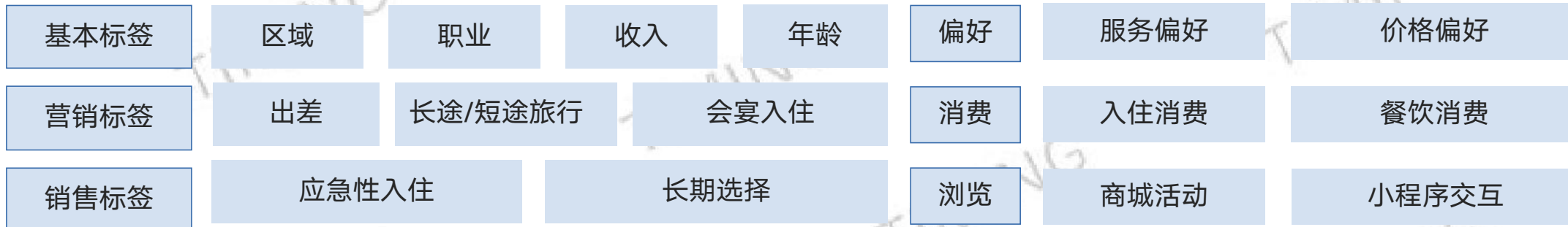
# 酒店品牌数据中台打造





# 客户画像洞察

## 标签体系



## 客户洞察

## 客户画像



# 客户沟通计划

## 客户生命周期

获客期

成长期

成熟期

流失期

## 客户类别

### 潜在客户

注册会员/经常浏览酒店信息

### 首次入住/购买客户

首次进行用餐/入住/商城购买产品

### 多次入住消费客户

一年内多次消费或入住

### 流失客户

一年无消费入住/半年无浏览

## 客户沟通方式



短信



微信推送



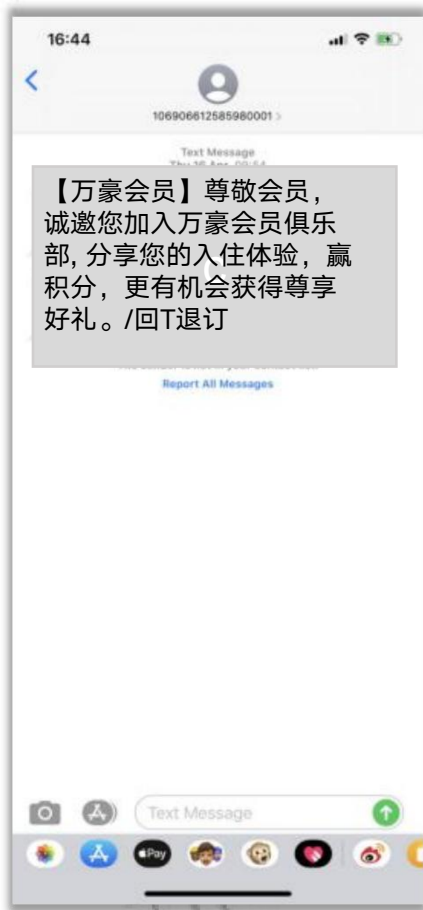
小程序

## 客户沟通节点

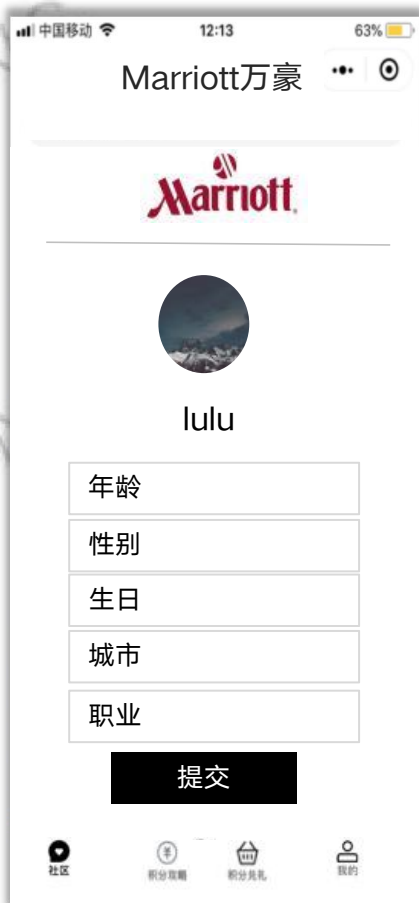
- 一个产品周期内无消费
- 品牌主题活动开启前
- 生日当天沟通
- .....



# 客户行为跟踪营销&关怀



入会提醒



信息完善提醒



权益使用提醒



特殊节日优惠活动发放

## 行为分析

通过对用户在酒店会员体系内的行为进行追踪，更好的记录用户偏好。目的：了解用户，为后续定制化的营销与关怀做准备

A modern interior scene with a large window, a brown sofa, and a floor lamp. The scene is partially obscured by a white overlay containing text.

2

## 会员体系升级搭建



## 会员体系搭建

重塑用户服务于体验，建立涵盖会员体验，销售转化及社交互动为一体的全新机制。  
通过全新的会员机制来提升用户黏性，增加复购率。

### + 入会方式构建

基于全渠道数据的会员等级系统

#### 消费即会员

在任一旗下酒店进行消费即入会

#### 会员招募活动

通过会员招募活动进行会员发放

#### 会员等级示例

- 注册会员
- 白银VIP
- 黄金VIP
- 铂金VIP
- 钻石VIP
- 黑金尊享VIP

### 💡 会员权益构建

为不同等级会员赋予不同权益，  
等级越高权益越多

#### 会员权益示例

注册礼包  
房价折扣券  
预定保留  
消费积分加权  
延迟退房  
早餐券  
生日礼  
房券/升房券  
宵夜券  
拖鞋券  
洗漱用品包  
现金抵扣券  
专属管家...

### ↑ 会员升级制度构建

基于会员的消费行为、互动行为  
进行权益升级

#### 升级场景示例

年度消费升级  
活动奖励升级  
专属权益升级  
流失客户激活升级  
限时升级体验

#### 升级途径示例

消费积分升级  
交互活动升级体验  
购买会员升级包  
限时升级体验  
会员成长任务

### 📎 会员积分体系

基于会员行为进行一系积分获取和  
使用的场景搭建

#### 积分获取示例

签到得积分  
消费得积分  
参与交互活动  
会员任务得积分  
分享好友得积分  
会宴场地预定

#### 积分使用示例

积分商城兑换产品  
积分换房  
积分抵现金  
积分兑换限时升级体验  
积分互动小游戏



# 个性化会员体系

等级	白银VIP (2800分以下)	黄金VIP (住6晚或满2800分)	铂金VIP (住36晚或满16800分)	钻石VIP (住108晚或满100800分)	尊享黑金VIP (邀请制)
享权益 (涵盖上一级)	注册礼 房价92折扣 消费积分奖励	房价88折 预定保留 延迟券包 生日礼	房价88折 早餐券 互动区域使用权 升房券/拖鞋券 早餐券/夜宵券	房价8折 专属管家 房间定制 欢迎水果 现金消费券	房价75折 消费礼包 免费入住一碗 自助餐券





# 会员积分玩法升级

打破传统酒店积分获取和使用机制——让会员“活”起来



- 首页
- 签到得积分
  - 快速升级会员
  - 会员专享区



- 会员升级任务



- 积分商城
- 积分抵现
  - 兑换礼品
  - 积分换房
  - 积分游戏



- 会员福利社
- 其它平台权益共享



- 积分小游戏
- 消耗积分玩小游戏赢取奖品



- 快速升级会员享权益
- 增值服务可选



- 不同等级会员享不同权益



# 会员交互 —— 品牌主题活动



酒店主题活动

节日节点活动

会员日活动

**主题活动**  
通过不同阶段和时间节点进行不同类型的主题活动，达成营销目的。

**营销目的**

- 回馈新老会员
- 提升会员体验和品牌归属感
- 增加活跃度，提升用户黏性
- 新客招募，销售转化

时间

99酒店节  
开订六折起

中秋品蟹  
畅享自助

国庆出行住店  
送景点门票

会员狂欢季  
酒店同款限时折扣

感恩圣诞  
邀你听音乐会

元旦出行  
抢套餐

9/8-9/10

9/18-9/21

10/1-10/7

11/1-11/11

12/22-12/25

1/1-1/5





# 会员交互——分享和邀请机制



婚宴案例

## 分享功能

不同板块内容增设分享功能，达成传播和消费的目的。

## 分享内容

- 产品链接转发分享
- 房券/产品券转赠好友
- 会宴案例分享

## 分享机制

- 完成一次分享动作得2积分
- 购买并分享除消费积分外额外得10积分
- 好友消费，分享者得10积分
- 会宴分享成交得房券/餐券



## 邀请好友得奖励

- 机制：邀请好友注册会员，得现金奖励或抵用券；完成邀请数量任务，赢奖品。
- 运营目的：实现社交获客。



# 会员交互——签到任务

获取积分和会员权益

## 签到集拼图得奖励

### 运营目的:

- 增加用户活跃率
- 激励复购消费

### 运营节奏:

- 通过相关福利奖励吸引用户参与
- 满足兑换条件, 即可点击兑换

每日可签到一次, 连续签到可得积分加权, 连续签到N日, 可解锁奖品或会员权益体验。



已点亮



“签到日历”记录签到实际情况。



每次签到成功得一张拼图, 完成拼图可兑换无门槛优惠券。





# 会员交互——权益转盘+新人礼包

获取积分和会员权益



- 30元无门槛优惠券
- 早餐券
- 会员升级券
- 10积分奖励
- 自助餐券
- 免费入住一晚
- 舒适酒店拖鞋
- 专属管家季度服务



- 场景：首页弹窗
- 人群：未消费会员、未注册用户
- 礼包内容：
  - 消费优惠券包
  - 会员权益体验券
  - 会员升级体验券



# 会员交互——积分小游戏+升级体验

使用积分和会员权益



积分商城搭载积分小游戏功能，消耗积分，赢取奖品或会员权益。



会员升级体验权益  
限时抢购

玩法规则：100积分换购黄金会员体验卡，300积分换购铂金会员体验卡，每日中午限时限量抢购。每个账号每月限参与1次。每张升级权益券有效期1个月，兑换立即生效。  
运营目的：积分消耗；权益体验发放，激励用户消费或参与互动获得更多积分，增强黏性。

玩法规则：每次消耗2积分，每日可免费体验3次。  
运营目的：激励会员使用积分功能，增加活跃度；发放权益奖品，形成使用黏性和复购。

3

## 品牌私域运营体系打造





## 酒店品牌私域运营规划

### 酒店品牌私域普遍现状

- ❖ 交互界面单一，无法体现品牌调性，会员互动性薄弱
- ❖ 除订房订餐板块外，其他功能服务板块搭建不足
- ❖ 会员积分制度传统单一，很难刺激参与和传播

### 企业微信

- 会员1V1专属沟通
- 会员标签分类管理
- 酒店社群运营管理
- 会员资源统一管理
- 关键词自动回复



会员管理



会员沟通

内容引流



活动引流



### 公众号

- 多元品牌信息输出
- 品牌活动裂变传播
- 品牌信息高效触达
- 菜单栏功能跳转
- 关键词自动回复



会员活跃



品牌宣传

功能引流



菜单栏引流



### 小程序

- 订房订餐功能
- 服务功能拓展
- 交互活动设计
- 线上商城搭建
- 品牌活动运营



会员活跃

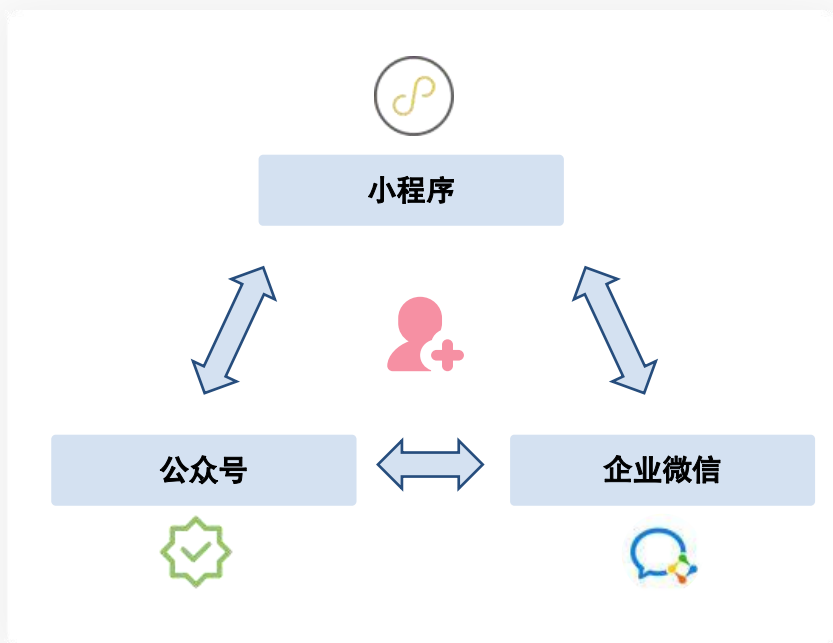


服务功能



## 打造私域闭环——实现用户沉淀

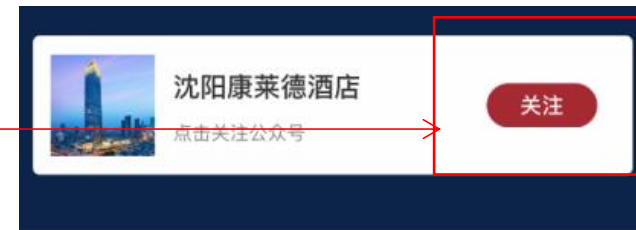
❖ 通过品牌私域体系打造，形成小程序、公众号、企业微信服务闭环，实现用户沉淀黏着。



- 公众号关键词、关注语引导使用小程序或添加企业微信客服
- 公众号菜单栏跳转小程序
- 公众号推文附带小程序或添加企业客服



- 小程序引导关注公众号
- 小程序嵌入推文实现跳转



- 小程序嵌入企业微信二维码引导会员关注
- 企微使用场景：1V1专属管家、酒店服务小助手、酒店社群





## 酒店品牌小程序适用优势



千亿流量阵地



高效用户触达



精细化私域运营



创新交互体验

### CONVENIENCE

#### 便捷性

- ❖ 小程序内置于微信中，易于获取和使用，符合酒店业低频和急需的消费属性，客户可以通过小程序快速使用相关功能和获取酒店信息。



打开率更高

### LOW-COST

#### 低成本

- ❖ 相较APP，小程序的运营开发成本更低。与第三方平台相比，运维可控性强，酒店特性服务展示不受其他竞品干扰。

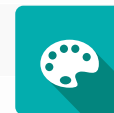


运营成本更低

### INDIVIDUATION

#### 个性化

- ❖ 基于小程序数据分析展开的酒店差异化营销，拓展线上服务模块和场景化融合，突显品牌个性与品牌力，强化用户黏性。



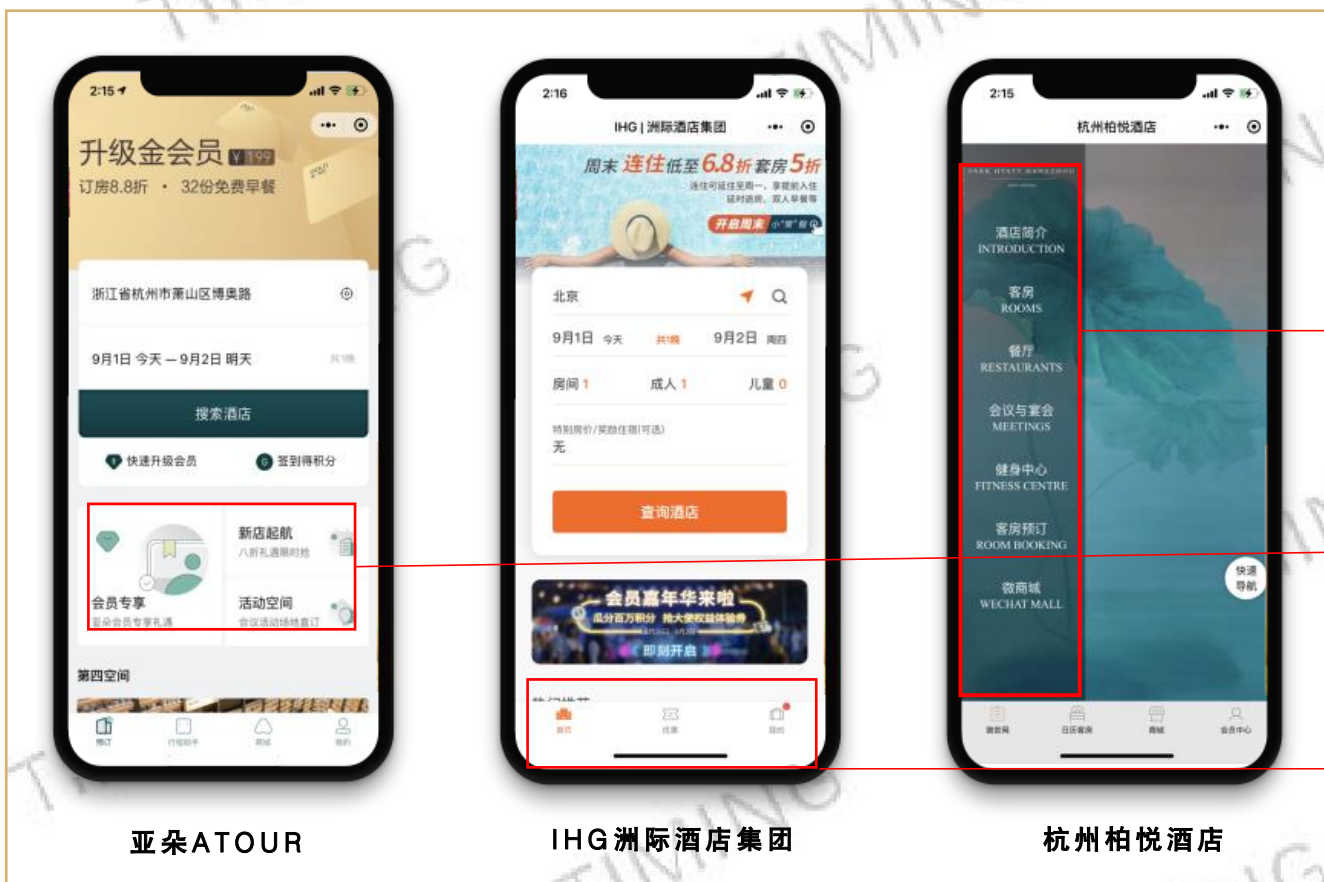
用户体验感更佳





## 酒店行业小程序使用现状

- ❖ 受酒店定位、经营理念、发展程度等多方面因素限制，小程序在酒店业的使用还未受到应有重视。
- ❖ 其中包括应用功能拓展、界面流畅度、内容完整性等方面，尤其在用户交互体验方面的运营意识极其薄弱。
- ❖ 酒店行业小程序规划发展仍有非常大的提升空间。



亚朵ATOUR

IHG 洲际酒店集团

杭州柏悦酒店

目前市面上酒店行业小程序板块功能主要为订房、订餐与基础会员积分制度，玩法单一，服务功能不完善，会员用户黏性弱。

首页呈现体验感欠佳

缺少用户互动性

板块承载功能单一



## 不同酒店小程序使用比较

部分酒店私域功能搭建相对丰富多样，但在板块功能拓展、会员交互等方面仍有很大升级空间。

### 国际老牌酒店集团

- ❖ 特点：小程序细分特点较为明显，比如预订、餐饮、商城等均有不同入口。更加注重线下服务体验营销。
- ❖ 特点：线上功能少，缺少交互。

### 国内新兴酒店集团

- ❖ 特点：功能相对更丰富，更为多样化，便捷化。
- ❖ 首旅如家有预订、意见反馈、续住、卫生打扫、设备维修、客房送物、开票、行程提醒等多种线上线下相结合的服务。

	首旅如家	希尔顿官方	IHG 洲际	亚朵	柏悦	雅高
订房	√	√	√	√	√	√
优惠活动	√	√	√	√	√	√
会员权益	√	√	√	√	√	√
客房服务	√			√		
行程提醒	√	√		√		
线上商城				√	√	
线上开票	√			√		
品牌活动			√	√		
设施展示					√	
交互活动				√		





## 小程序交互功能升级



- ❖ 交互界面视觉升级 — 品牌调性
- ❖ 交互功能板块升级 — 玩法多样
- ❖ 交互洞察体系建立 — 精准营销

- ❖ 用户互动/活跃/留存
- ❖ 提升打开率
- ❖ 提升用户品牌忠诚度
- ❖ 招募新客
- ❖ 复购消费



小程序交互体验升级

- ❖ 私域流量沉淀
- ❖ 低成本高效率运维
- ❖ 差异化品牌营销
- ❖ 高用户黏性



打造集“**功能+服务+活动+互动+分享**” 五维一体的**专业化个性化全面升级**的酒店品牌小程序。强化品牌认知，提升酒店会员黏性，低成本高效率实现获客及复购，为酒店带来直接效益。



# 小程序模块规划

项目	小程序模块规划				会员日常行为维护	
模块	首页	酒店服务	商城	我的	用户交互	
功能	<ul style="list-style-type: none"><li>快速预定</li><li>会员快速升级</li><li>签到任务</li><li>会员升级互动</li><li>品牌活动展示</li><li>推荐板块</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>行程助手</li><li>快速入住/退房</li><li>客房服务</li><li>快速开票</li><li>建议反馈</li><li>...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>积分专区</li><li>购买专区</li><li>酒店同款</li><li>季节限定</li><li>餐饮专区</li><li>SPA/健身券购买</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>会员信息</li><li>积分福利体系</li><li>订单管理</li><li>服务功能拓展</li><li>积分小游戏</li></ul>	积分交互	消费交互
					<ul style="list-style-type: none"><li>签到任务</li><li>积分游戏</li><li>权益转盘</li><li>分享裂变</li><li>主题交互</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>下单购物</li><li>完成购买</li><li>积分累计</li><li>积分兑换礼品</li></ul>



# 小程序功能服务升级

## 黑科技赋能

- ❖ 一键无线连网
- ❖ 蓝牙开门
- ❖ 一键投屏
- ❖ 刷脸支付
- ❖ .....

根据酒店设施实际情况，增加黑科技服务，提升客户入住体验。

## 功能服务升级

- ❖ 订房服务
- ❖ 订餐服务
- ❖ 会议预定
- ❖ 婚宴预定
- ❖ 信息反馈
- ❖ 客房服务
- ❖ 房间打扫
- ❖ 行程提醒
- ❖ 开票服务
- ❖ 设备维修

将线上线下服务集合，充分发挥小程序价值，提升入住体验感，也可一定程度上降低人工成本。

## 品牌力升级

- ❖ 企业文化展示
- ❖ 品牌故事/发展历程
- ❖ 品牌大事记
- ❖ 品牌活动窗口
- ❖ 节点营销活动
- ❖ 演出展览联名
- ❖ .....

全面多样的品牌文化及活动，提升品牌形象，增加会员好感度和黏性。

## 疫情服务体现

- ❖ 无接触服务
- ❖ 安全提示
- ❖ 体温记录
- ❖ 行程查询
- ❖ 疫情实况
- ❖ 防疫用品预约
- ❖ .....

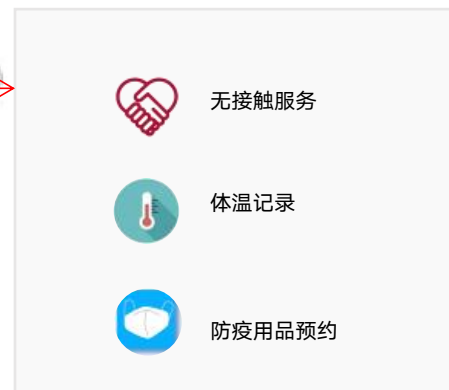
提高小程序在疫情期间的运用，提升体验感，增加整体安全性，也可减少人工成本。



服务板块功能拓展  
更多更全更方便



品牌活动专区  
增加会员黏性



防疫板块增设  
贴心服务·入住更安心

增加分享+报名功能  
品牌活动传播升级



# 小程序推荐板块



位置：首页下滑  
 内容：搭载不同类目的推荐内容  
 目的：实现分类推荐，帮助会员快速获取信息进行购买。

## 推荐板块

当季新品推荐

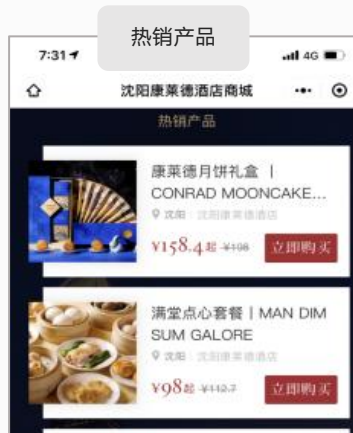
热销推荐

周边好玩

品牌活动

新店推荐

服务推荐





# 会宴展示+服务设施板块拓展



集展示+购买+分享功能 ——> 交互升级、传播升级、营收升级



酒店会议与宴会区域展示  
内容：图片+视频  
案例：过往精品案例展示

· 婚宴会议作为酒店重要营收板块，需要做好案例展示，体现酒店活动区域承载功能。  
· 增加分享功能，设置分享赢积分，成交赢房券/餐券等活动，实现用户交互和用户黏性提升。



餐饮、健身、SPA等板块  
· 区域展示 · 预定功能 · 分享功能



# 集团酒店的私域集中体现

## 集团品牌馆

## 品牌分类展示

## 品牌地域分类

## 新店板块

## 新店信息/活动展示



集团

- 集中展示品牌
- 品牌活动集中曝光
- 彰显集团实力
- 形成品牌连带效应



客人

- 一站式选择
- 便捷高效
- 信息集中获取
- 增强集团各品牌认知



会员信息集中沉淀  
便于数据获取分析



后续活动推流  
增强黏性/形成复购

新店板块设立

- 形成联动
- 新店信息/活动曝光





# 小程序商城搭载运营

酒店专属商城搭载

- 页面视觉设计
- 板块划分
- 活动运营规划
- 会员积分使用

以小程序商城为入口  
跳转至有赞商城

常规品类：房券、餐券、季节性礼品  
拓展品类：酒店同款、床品家纺、个护产品、出差用品等

安心出行产品

酒店同款产品

一站式差旅用品服务，更加便捷贴心，增加用户黏性



## 小程序视觉效果升级

### 普遍现状



IHG洲际



雅高



华住会

- 画面不够精美，未形成品牌风格，呈现效果雷同，无法展现品牌格调，很难在众品牌中脱颖而出。

### 升级示例



品牌调性

- 首页在满足功能搭建的基础下，增强视觉效果的展现，快速抓住访客眼球，形成视觉冲击，展现品牌调性。
- 可用品牌主色调或阶段品牌活动主KV色进行创意视觉设计。



# 公众号功能定位重构

## 主要定位

- 品牌窗口
- 流量入口
- 私域跳转
- 活动传播

文章内容

后台/文章留言

菜单栏



品牌宣传



会员活跃/沟通



功能跳转

## 内容输出

- 专栏化文章
- 品牌活动推送
- 节日节点内容
- 企业文化输出

## 功能跳转

- 小程序入口
- 微官网入口
- 商城入口
- 服务功能跳转小程序

## 活动运营

- 活动传播裂变
- 文章留言抽奖
- 拉新招募
- 会员互动沟通

## 流量入口

- 公域流量入口

## 品牌窗口

- 承载企业/品牌内容



# 公众号菜单栏重构

简化公众号菜单栏内容，更多引导使用小程序，引导使用小程序交互功能，提升会员黏性。

## 菜单栏模块

预定服务

活动资讯

会员中心

酒店预定  
用餐预定

最新优惠  
品牌活动  
新店活动  
关于酒店

我的订单  
会员中心  
更多服务

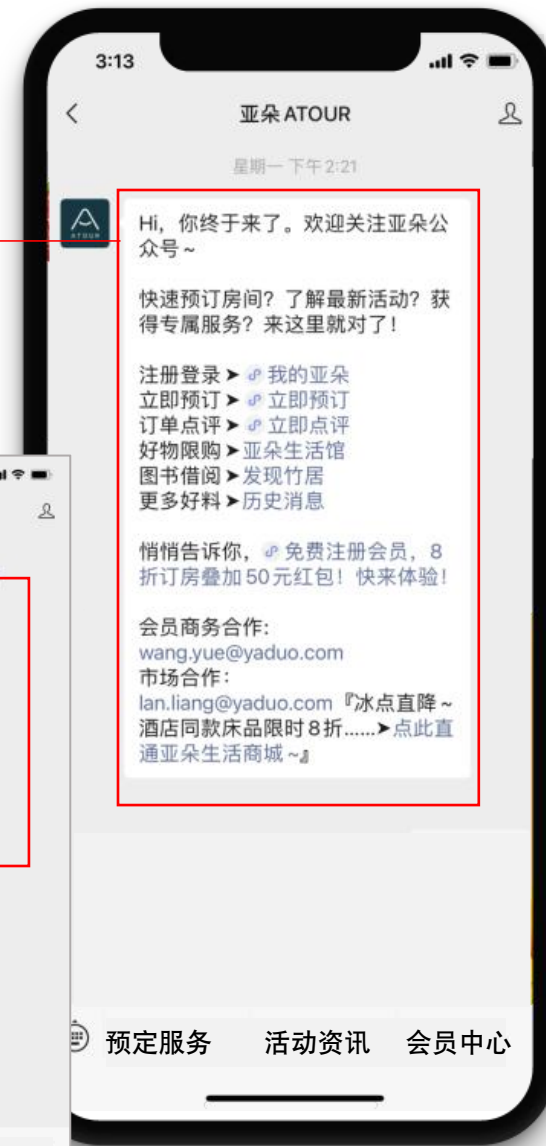
跳转小程序

跳转公众号文章

跳转小程序

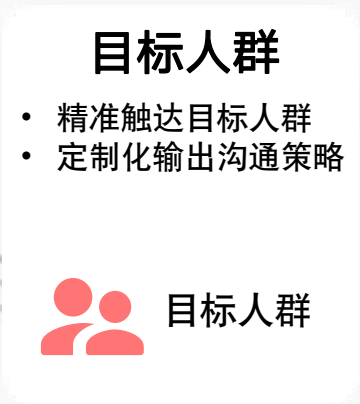
关注语1：  
欢迎语+常用功能快速跳转

关注语2：  
关注即引导使用小程序





# 企业微信——高效客户运营管理





# 企业微信——高效客户运营管理

## 为什么选择企业微信？

客户资源管理

高频次「触达」

微信域流通简单

## 如何利用企业微信

通过企业微信进行  
1v1贴心管家服务  
酒店小助手服务

通过企业微信朋友圈进行  
酒店品牌活动  
资讯信息发布

通过企业微信社群进行  
会员的互动活跃

## 达成效果

用户体验

用户粘性

流量沉淀



# 企业微信打造

企业微信承载会员专属管家、酒店小助手和社群运营功能

·小程序/公众号嵌入企业微信二维码引导会员关注



示意

## 信息触达:

- 会员活动提醒
- 节日问候
- 优惠券发放
- 品牌活动参与攻略
- 生日礼私享
- 积分/权益使用提醒



## 引导关注

- 引导使用小程序
- 引导关注公众号

## 朋友圈:

- 品牌活动资讯
- 公众号推文资讯
- 商城新品/活动资讯
- 节日节气品宣素材

## 视频号:

- 酒店宣传片展示
- 酒店线下活动短片
- 酒店线上营销活动短片



## 专属服务管家 & 酒店服务小助手

### 专属管家——1V1贴心服务



- 升级享服务管家权益，提供1V1专属服务；
- 基于用户行为分析，定制专属客房服务；
- 发送活动内容，权益使用提醒，优惠券等；
- 服务管家朋友圈、视频号打造，实现品牌内容传播；
- 引导关注公众号，使用小程序进行服务。

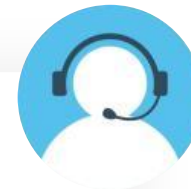
#### 服务范围

- 快速入住通道，一站处理客房问题，管家专享券包，专享入住水果，订单问题咨询，权益使用提醒，活动提醒，离店专属售后服务，专属生日礼等。

#### 人群

- 铂金及以上等级

### 服务小助手——在线问题解决



- 为普通会员提供住店期间服务和问题解决；
- 发送活动内容，权益使用提醒，优惠券等；
- 小助手朋友圈、视频号打造，实现品牌内容传播；
- 引导关注公众号，使用小程序进行服务。

#### 服务范围

- 订单问题咨询，客房服务跳转，权益使用提醒，活动提醒，离店售后服务。

#### 人群

- 普通会员





# 服务管家提供专属权益



送您专属生日礼, 快来领取吧~

[共1件]点击链接领取您的专属福利~

对用户离店行为进行后续跟踪, 提供更全面周到的酒店服务。  
·权益使用提醒  
·积分使用提醒  
·生日祝福  
·活动信息推送

快速入住通道



无需到前台排队办理入住  
管家引导专属办理区  
快速办理入住

管家客房服务优势



普通会员客服  
更多使用人工智能对话  
服务问题处理需等候



专属服务管家  
人工在线处理客房问题  
快速解决会员需求



客房服务  
快速响应



快速  
入住通道



专属生日礼



专属售后服务



专属入住水果



专属夜宵券



# 结语

“

TIMING营销通过构建一体化会员系统，助力酒店企业进行精细化会员运营，实现跨平台的会员私域运营，进而实现会员数量增长、会员价值提升以及企业竞争力和销售额的全面提升，让酒店企业从容应对互联网时代的市场局势。

”

会员数增加



会员价值提升



会员黏性提升



竞争力提升



销售额提升



# 关于TIMING 行业领先 提供数字营销解决方案 营销技术公司

TIMING是一家关于市场营销数字化解决方案的创新型营销科技公司，  
利用大数据AI技术通过对市场营销深入研究，  
帮助企业在市场营销工作当中提供丰富的应用场景。  
团队均为拥有十余年市场营销经验的高级专家，  
在营销数字化体系构建、市场营销流程节点管理、  
与营销智能化等领域有着丰富的经验，为企业带来突破性增长。

# 基于全渠道的品牌运营 +客户运营双引擎驱动方案



## 搭建客户资产平台

从客户整体价值出发，利用TIMING CDP能力实现全域会员整合接入、行为洞察以及分层管理，进而沉淀会员数据，形成企业的会员资产中心。

NO.1

## 利用大数据技术实现客户转化运营机制的建立

无论是私域运营，还是公域转化，从新客、流失客、风险客、高忠诚客户等维度，进行全方位的数据运营，最终实现会员转化的目的，提升会员忠诚度、ROI等指标。

NO.2

## 品牌认知传播体系的建设

品牌传播是品牌认识改善的必要途径，从传播触点管理、传播内容创意、关键时刻沟通等维度进行品牌认知传播，进而改善认知，增强品牌力。

NO.3

# 为什么选择TIMING团队？



## CRM行销 顾问服务团队 Consultant

积累近10年+的实战经验，从会员制度、会员权益、沟通方式等模块的规划开始，到量身打造出专属会员方案，以及会员运营维系、收集会员意见等等，我们为顾客配置专属的团队及时监控CRM方案细节，让品牌轻松建立自己的会员群体。



## 顾客智识与消费者 行为研究团队 BI

TIMING为多家企业提供报告分析，TIMING已处理分析多家企业各类交易资料。专业的分析能力搭配精准的分析工具，我们提供多元化的深度分析服务，协助品牌深入了解每个会员的面貌，以便实施精准营销。



## 顾客关系管理 营销服务团队 PM

负责处理客户运营方案中私域社群运营与管理，提供客户运营方案权益设计与交付，包括会员计划专户服务、会员沟通方案规划与制定、会员兑换礼品的规划及执行等。



## 营销科技 规划团队 MT

有着深厚的数据/IT背景的营销科技团队，协助将营销技术方面的需求转化为可行的执行方案，使得产出的方案更加贴合客户的业务要求，同时也可以让客户能够清晰地了解到私域运营规划方案在技术阶段的成型过程。



## 解决方案 团队 IT

TIMING自行开发的CDP客户运营平台，其系统架构有“成熟、易扩展、易实施”等特点，能灵活地在此平台上部署各种会员活动，同时还可以实现会员间一对一的客制化沟通，协助品牌有效精准营销，至今此平台可汇入共容的系统已达数十种之多。

# TIMING提供的服务内容

## 全域会员规划方案

- 微信私域交互规划
- 会员体系规划
- 客户标签体系规划
- 客户生命周期管理
- 客户价值增长计划
- 品牌直播方案规划
- 会员营销活动规划

## 私域矩阵的搭建

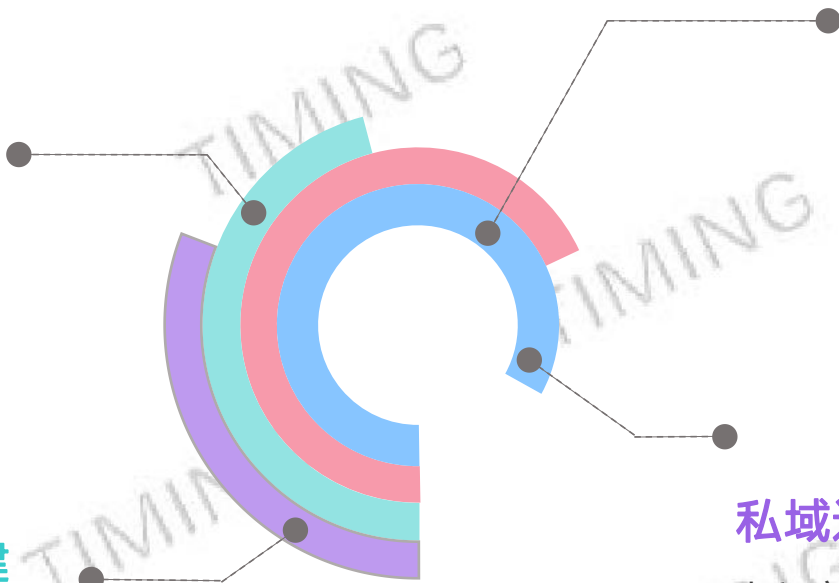
- 私域内容交互设计
- 小程序规划
- 公众号规划
- 企微规划
- 交互页面的设计
- 信息流广告

## CDP客户运营平台

- 全渠道数据整合
- 客户画像精准洞察
- 多维度客户标签体系
- 客户自定义分层
- 关键时刻智能运营
- 客户行为洞察
- 营销活动的实时跟踪
- 全方位的数据诊断

## 私域运营服务

- 小程序运营
- 公众号运营
- 企微运营
- 视频号运营
- 朋友圈信息流投广



# 案例一

## 倩碧Clinique

### C粉圈打造微信私域内社群交互小程序

#### 项目初况

新客招募表现显著，但未留存；老客回购表现下滑；  
微信绑定率低；微信平台需要活化。

#### 运营机制：

设计双重会员机制，涵盖会员专属体验、销售转化及社交互动三重任务。

-会员计划交互规则设计提升顾客品牌归属感，优化会员中心互动体验，增加会员特殊诱因及专属尊贵感，分群沟通族群，精准营销，转化社交群体潜在客户；

-设搭配Marketing Calendar与季节活动，丰富C粉圈玩法，增加社群交互及留存率；微信私话题运营，作为粉丝话题讨论的平台，增加流量。

#### 达成效果：

私域交互优化升级，品牌力升级，用户黏性加强，新客留存率明显上升，老客复购率提升。微信平台内容质量提升，会员活跃显著。

## 会员体系拉新促活，交互升级优化体验

交互界面：



## 案例二

# 元气森林—外星人能量饮 交互体系/积分玩法升级+客定化服务

### 项目初况:

原有私域流量载体功能单一，用户活跃度低，缺少以品牌认知为导向的私域流量载体；会员机制不完善，缺少用户交互，会员留存率低。

### 运营机制:

- 交互规划，增加具有品牌调性的交互，提升会员留存与活跃；
- 品牌活动设计，承载冠名综艺选手投票、助力等功能，赋能活动宣传；
- 会员积分体系规划，设计属于外星人的专属积分制度，搭载具有品牌特性的积分兑换商城，增加会员黏性。

### 达成效果:

交互升级，界面风格升级，功能更全面，品牌力彰显；用户活跃度千倍增长，新客留存效果明显，活动赋能成效优异。

## 私域全面升级，活跃度千倍增长





## 案例三

# 伊利专业乳品 微信小程序

### 项目初况:

微信小程序基础建设滞后，交互功能受限，用户活跃率低下，需功能开发、交互升级与营销活动运营。

### 运营机制:

- 打造“专业知识+精准营销+快速响应”小程序运营体系，承载包括活动首页、菜谱、产品、积分兑换、个人中心等多项功能。
- 建立用户画像体系，包括数据分析，用户画像产出并针对性对用户进行运营。
- 进行年度活动策划，包括活动策略的制定，活动的执行和活动运营流程的确立。

### 达成效果:

功能与运维功能升级，月度BI数据输出，提升营销活动转化，B端用户活跃留存增长率达20%。

## 营销策略精准触达，BI输出高效洞察



# 百家名企的共同选择



京东

LONGINES

浪琴



养生堂



外星人

BOTTEGA  
VENETA

BOTTEGA  
VENETA



雅诗兰黛



好遇食品



米老头



京东智联云



倩碧

云南本草

云南本草



楼外楼



伊利



九月生活



雅客



香港建设

南宋胡记

南宋胡记



# THANK YOU

Digital Marketing Planing of HOTEL BRANDS

