

周末酒店内容全链路营销，暑期帮这些酒店卖了3亿！

周末酒店资讯台 2023-09-04 15:48 发表于上海

暑期喜报



2023年暑期旅游爆发期即将落幕，直至8月底，周末酒店通过全域内容电商优势，为精选的20家合作酒店，提供全链路整合营销服务，暑期总售卖超3亿。

什么是内容全链路整合营销？

所谓内容全链路整合营销，就是用内容输出而非货架展示的方式，包括图文、短视频、直播，用生动形象的文字、图片、视频，通过微信、抖音、小红书多平台传播，引起粉丝的兴趣，实现销售转化，是一个从“种草”到“拔草”的全过程内容营销。

以浙江一家小众度假村图卷九号度假村为例，暑假期间，周末酒店通过短视频带货、直播、图文合力推广，仅用65天就完成2000万总销售GMV。

尤其是在微信私域和抖音平台的短视频和直播，效果非常显著，暑期共完成超200场直播，总时长超1300小时，由专业的主播团队，连续输出“别墅度假”的概念与优惠的套餐内容，全渠道共同发力，不仅带火了泳池别墅目的地的热度，也为度假村带来了实际收益。



截止至8月31日，图卷九号在周末酒店平台7月份客房出租率达到49%；8月客房出租率为62%，同比同地区同类型度假村项目，7、8月份散客出租率高出了20%-30%。

周末酒店的内容全链路整合营销服务，是酒店营销平台的一种创新，也是周末酒店核心能力的积累。周末酒店拥有一批策划、写作、设计、拍摄、直播的专业人员，把酒店度假方式的特色、酒店特点、体验活动、内外环境等，通过图文、榜单、直播、短视频等方式直接明了地呈现给用户，用户在内容中实现消费“种草”，在内容后可以立即购买“拔草”。



例如：茅山温泉假日酒店，暑期累计2000+订单。绍兴兰亭安麓、莫干山郡安里度假酒店、上海佘山茂御臻品之选酒店等，暑期订单数同比往年同时段翻倍增长。总销售额排名前20的，大部分是通过周末酒店的内容全链路整合营销而实现。

图卷九号案例深度分析

今年暑期，国内旅游市场较2019年实现全面增长，出境游复苏态势显著。整个暑假消费者呈现出游半径增长，国内长线游占据暑期旅游消费主导，从而冲击了国内短途游的市场，又因消费降级等因素影响，短途、周边价格高昂的度假酒店，也不再成为消费者的出行必选项目。

周末酒店通过洞察客户旅行意愿，发现大部分出行客户更愿意以“全家出游”或是“亲子游”的出行方式度假，并且在出游频次上有所提升，这个现象，对于短途游的度假酒店来说，是非常良好的兆头。在度假酒店的选择上，客户也会倾向选择环境

好，性价比高，游客更少的度假酒店。

针对这一现象，周末酒店在暑期来临之前，根据客户流向数据，联合图卷九号度假村，制定了一套“以内容为核心“的全链路营销，从以下几个方面展开营销部署，把图卷九号打造成为今年暑期旅行消费热点。

·挖掘潜力

图卷九号度假村本身是一家小众、且知名度尚待打开的度假村，通过周末酒店实地调查研究，发现图卷九号不仅是江浙沪少有的全别墅度假酒店，环境优美，别墅带独立泳池，周围还有景区，距离横店影视城也很近，可以形成一个完整的短途度假路线，更适合以家庭为单位或是小型团建的客户。**因此，为图卷九号量身定制了一套专属的整合营销方案，把度假村内在的潜力充分挖掘出来。**

·内容营销

周末酒店在内容营销上兵出奇招，分类制造话题的方式，来营造”独栋泳池别墅“这种躺平的度假方式；突出图卷九号的稀有性，制造优越感；套餐价格优势当然也是PLAY中的一环。

·多渠道分销

周末酒店利用各大社交媒体的账号矩阵，持续输出高质量的视频内容。据统计，抖音和小红书平台的销量近半，直追微信生态（视频+直播+公众号图文）的效率。而微信生态中，微信视频号直播带来的客户订单大幅提高，成为暑期这一轮的新增来源。

● 周末酒店度假APP 行业价值 ●

综上所述，**周末酒店在内容电商的传播能力和销售转化，非常精准且直接，找对点，用对力，用高能的营销方式，实实在在帮助酒店实现了GMV卓越增长。**

在消费降级的市场大环境下，周末酒店以内容（图文、短视频、直播）为核心的全链路整合营销，为酒店暑期带来超乎预期的业绩。也为江浙沪的度假酒店带来了可持续发展的新方向。

END

周末 周末酒店

— 好酒店,有特价! —



周末酒店

中国500万家庭都在用的度假酒店预订APP。80位选品师，300条高标准，严...
683篇原创内容

公众号



点击进入小程序



更多媒介平台



微信



微信视频号



周末酒店APP



小红书



微博



头条

喜欢此内容的人还喜欢

周末酒店参加上海旅游协会在线旅游分会会长办公会议!

周末酒店资讯台



一颗真心来爱钱

Vala的炼金之旅



抖音投了一家旅行社

创投日报

