DTA创新营销奖

白天鹅“直播自救”项目

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

目录

01 背景 BACKGROUND

02 挑战 CHALLENGE

03 目标设定 TARGET SETTING

04 整体营销策略制定 MARKETING STRATEGIES

05 创意与创新 INNOVATION

06 传播效果 COMMUNICATION EFFECTS

07 成本及资源投入 RESOURCE INPUT

08 结果与ROI OUTCOME & ROI

09 复盘与分析 REPLAY & ANALYSIS

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

背景

2020年新冠疫情爆发，出行需求骤降，市场受到严重冲击，行业几乎停滞。

疫情爆发使得本该处于峰值的
春节黄金周开房率骤减

80%

不足10%

餐饮业暂停堂食，使得馆内每日满座
甚至能翻数次台的餐厅收入骤降为0

100%

0

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

背景

4版 粤游粤精彩 同心战疫 文旅担当 中国旅游报

岭南春来早 南粤气象新 扬帆远航正当时

广东文旅人凝心聚力抗疫情 千方百计促复苏

共同战"疫" 义无反顾

复工复产 蓄势待发

文旅消费 扩大内需

"艺"起战"疫" 同心传爱

扶持"春风" 多措并举

情暖岭南 大爱无疆

4月上旬随着疫情防控形势持续向好，政府开始鼓励消费，文旅行业推进复工复产，酒店开展在网上平台开展直播推广活动。

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

挑战

挑战一

国内疫情虽趋平稳，但海外疫情严峻不减，民众出行信心受创，出行意欲低；

挑战二

作为一家单体酒店，较连锁酒店缺乏客源稳定性，营运成本也更高。
虽然宾馆采取了一系列开源节流措施，但仍然无法摆脱现金流少的困境；

挑战三

快消品行业线上营销模式早已成熟，而酒店线上营销的形式长期以来单一。
要打破传统的束缚，需开创酒店线上营销的新模式。

目标设置

挖掘国内游客出游需求，

对酒店产品进行预售，通过创收缓解现金流紧张，尽快恢复经营状态；

打造“白天鹅”品牌的营销影响力，

借“他山之石”，树立单体酒店在行业中的线上营销典范。

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

整体营销策略定制

营销现状分析

目标客群

营销的目标客群是因受疫情影响而禁足数月、且有出行意愿的国内游客

品牌内涵

白天鹅宾馆地处广州老城区中心，属广府文化腹地，其品牌内涵与广州本地文化、岭南文化具有强关联属性

产品特色

白天鹅宾馆周边为沙面风景区，独天得厚的位置与环境使得宾馆的住宿产品具有极强的亲子/度假属性

引流切入点

白天鹅的餐饮产品拥有良好的声誉和口碑，馆内拥有三间米其林中餐厅，粤菜和点心更是名声在外享誉全国

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

整体营销策略定制

针对现有营销条件 制定三大策略

策略一

强调酒店与当地文化的统一：

增强宣传酒店自身文化与广府文化的一致性，以吸引对广府文化、特别是对粤菜点心感兴趣的人群。从爆款餐饮产品切入引流，进而实现以餐带房的营销目的。

策略二

产品差异化：

借助独特的地理位置和周边资源，打造与CBD酒店产品的差异化，增强度假和亲子游玩属性，从而实现产品的不可替代性；将餐饮、出行、游玩元素融入住房套餐，满足不同细分市场的需求，尽可能触动更多人群的购买欲望。

策略三

直播内容展示：

- 白天鹅宾馆自主策划直播内容（图片展示游艇、西关游、白天鹅宾馆云游内容）
- 白天鹅人做主播的直播
- 利用KOL吸引流量，增加宾馆的忠实粉丝
- 多平台直播，提高传播覆盖率

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

整体营销策略定制

自主策划直播内容

游艇体验

西关云游

小年夜直播，分享各自家乡年俗

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

整体营销策略定制

白天鹅人做主播

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

整体营销策略定制

利用KOL引流

通过现场直播连线的方式

进一步扩大传播范围

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

整体营销策略定制

美团

GMV 574.4w

观看人次18.9w

携程

GMV 80.7w

观看人次 216w

飞猪

GMV 2028.1w

观看人次367.7w

其他媒体平台

观看人次175.4w

东悦游

GMV 163.5w

观看人次 246.7w

抖音

GMV 106.6w

观看人次 21w

YY一见

GMV 6.8w

观看人次10.8w

微信

GMV 210.4w

观看人次 13.5w

自主直播与合作直播双管齐下

多平台直播，提高传播范围

DTA 数字旅游奖

DIGITAL TRAVEL AWARDS

创新/创意

沉浸式体验

白天鹅宾馆直播间持续挖掘宾馆文化，通过主播讲述宾馆的故事和带领观众游览地标，为观众带来沉浸式体验。

顾客的老朋友

同行的直播多为外聘直播团队代劳，而白天鹅宾馆坚持自主直播，让最了解宾馆产品的人介绍产品；

以顾客最熟悉的面孔担当直播主角，拉进屏幕前后的距离，增加亲切可靠感，提升下单转化率。

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

传播效果

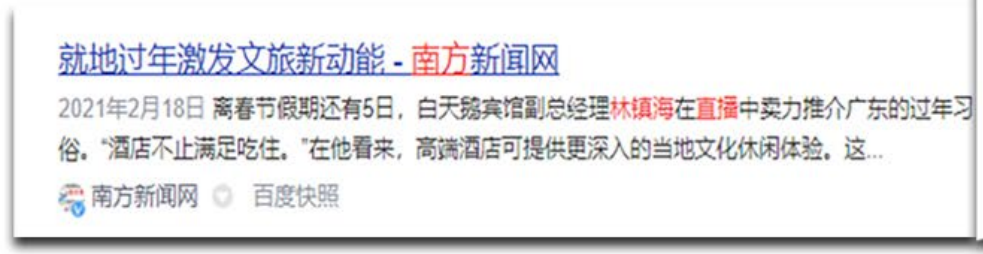
广州直播节文旅首秀 白天鹅主场登陆飞猪BOSS直播

BOSS直播带货有多强，广州白天鹅宾馆在飞猪平均3秒成交1单

旅社推「一家一團」套票 住星級酒店專車接送景點
粵短途遊旺
Staycation升溫
澳門過大年 酒店最平397元
郊遊最安心
貴價民宿早售罄
直升機遊珠海

双11最佳合作伙伴

携程Boss直播间
十佳美食酒店
广州白天鹅宾馆


就地过年激发文旅新动能 - 南方新闻网
2021年2月18日 离春节假期还有5日，白天鹅宾馆副总经理林镇海在直播中卖力推介广东的过年习俗。"酒店不止满足吃住。"在他看来，高端酒店可提供更深入的当地文化休闲体验。这...
南方新闻网 百度快照

白天鹅宾馆荣膺
“携程Boss直播间十佳美食酒店”；
飞猪“双11最佳合作伙伴”称号，
宾馆副总经理林镇海作为分享嘉宾受邀登台；
大公文汇报、南方日报、广州日报、羊城晚报等近50家媒体主动采访报道。

成本及资源投入

小投入，大产出

用较低的成本预算创造更高的营销效果

——单场直播材料制作和其他支出<5万元

——29场直播累计GMV>3000万元

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

结果&ROI

20万
传播曝光量

1500万
直播累计在线观看人数

GMV

3000万
29场直播累计GMV

截止至2021年7月4日，白天鹅宾馆累计直播达29场次。

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

复盘及分析

1

抓住契机

肯定及时开源自救，跟进直播风口决定的正确性

2

深挖需求

打造观众喜闻乐见的直播内容和产品

3

不断升级

每次直播都认真总结，为下次做好准备

4

齐心协力

直播外行人由不懂到懂的摸索

5

自主宣传

利用自有平台宣传，有效节约了宣传成本

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

作为酒店行业的标杆，我们会竭力为市场打造高端精品的直播消费体验。白天鹅宾馆将通过一代又一代人传承这种奋勇前进的精神，致力打造中国人引以为傲的传奇酒店品牌。

白天鹅賓館
WHITE SWAN HOTEL

DTA 数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS