



# DTA 产品创新奖



## 科技赋能景区游中营销

### 以南湾猴岛生态旅游区营销智能推荐为例



DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 产品概述



智景游

智能推荐

## 基于用户行为洞察的智能运营工具

集活动创建、执行、管理、反馈、迭代为一体的自动化运营工具，通过用户行为、属性、标签等数据筛选受众，实现目标人群的精准触达，提升关键指标和运营效率。



DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 创新点概述



活动策略制定

用户精准筛选

受众精准触达

效果实时分析

## 活动策略制定

可灵活创建活动计划，制定活动目标、触发时间、计划类型，快速落地活动策略，释放运营想象力！

运营计划：女神专属优惠

触发条件设置

计划类型： ⚡ 触发型

触发时间： ☒ 完成事件 提交订单 ☒ 未完成事件 支付订单

起止时间： 2020/3/6 至 2020/3/9

分享商品

加入购物车

支付订单

商品详情页预览



DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 创新点概述



## 精细化营销闭环方案

活动策略制定

用户精准筛选

受众精准触达

效果实时分析

构建个性化的用户旅程，在用户旅程的不同触点，自动化地传递用户所想、所需和所要，引导用户向高价值、转化和忠诚迁移，实现景区运营的高效增长。



**DTA 数字旅游奖**  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 创新点概述



活动策略制定

用户精准筛选

受众精准触达

效果实时分析

## 用户精准筛选

可定义用户属性和行为数据洞察，可以快速筛选符合活动设想的精准人群！

运营计划：女神专属优惠

受众用户筛选

用户属性满足： 年龄 等于 18-55

用户行为满足： 过去 30 天 完成 购买

≥ 1 次

行为序列满足： 点击添加

Q 年 |

P 用户属性(3)

出生年份

年龄

P 用户标签(1)

年卡用户



DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 创新点概述



活动策略制定

用户精准筛选

受众精准触达

效果实时分析

## 受众精细化触达

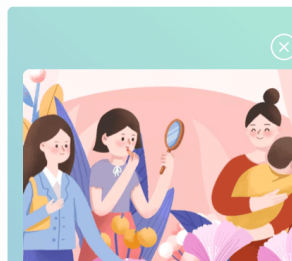
系统打通了短信、微信、弹窗、页面推送等多种用户触达通道，与景区的用户实现互动！

模板 1: 文字+图片

模板 2: 文字+图片+按钮

模板 3: 纯图片

模板 3: 文字+按钮



3.8 女神节活动专场

魅力女神，特别优惠

跳转会场

下次再说

【智景游】南湾猴岛3.8女神节活动开始啦，送您一张5元优惠券[t.maUb.com](http://t.maUb.com)，无门槛使用。

DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 创新点概述



活动策略制定

用户精准筛选

受众精准触达

效果实时分析

## 效果实时分析

实时活动看板让效果一览无遗，无论执行者还是管理者，都能对运营现状一目了然，接下来怎么迭代运营方案，数据会告诉你！

计划首要目标：在触达后 7 天内完成支付订单

最近触发日期：2020/03/08

受众用户

3.51k

计划触发

2.33 k

目标完成

1.

目标完成率  
30.3%

▲ +15%

40 k

30 k

20 k

10 k

0 k

2020/03/06

2020/03/07

2020/03/08

2020/03/06 2020/03/07 2020/03/08



DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 产品定位

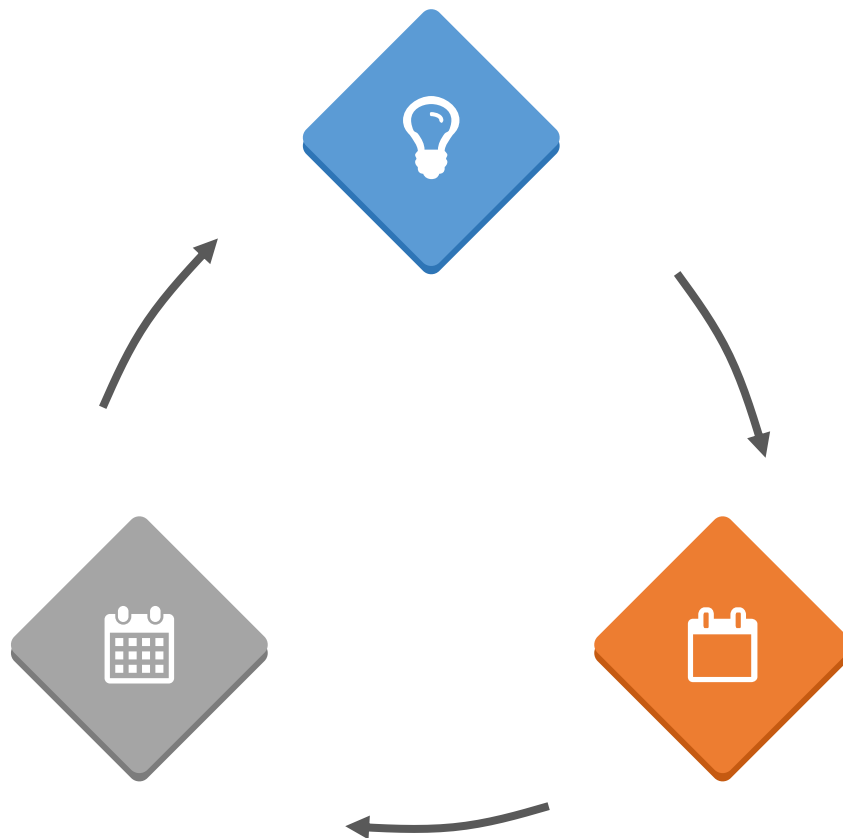


## 实现游中信息触达

通过智能推荐技术手段为游中购票前、验票中和游览后实现景区预设的信息触达

## 提高产品的转换率

结合游客结构属性（亲子、情侣等），通过智能推荐方式向游客推送相对应的产品信息，实现产品的转换。



## 提高园区客单消费

智能推荐开发设想就是通过信息的推送实现转换，而推送的产品和信息就是景区客单价较高的产品和项目内容。



**DTA 数字旅游奖**  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 目标用户/目标市场



## 8090后年轻客群

8090后是猴岛景区最大的目标客群，结合猴岛项目特点以及未来发展方向，智能推荐开发的初衷就是围绕着年轻的客群做系统设计，包括智能推荐的产品内容及设计均是围绕着8090后这两大群里而开发设计，特别是网红属性的产品设计。



## 亲子家庭市场

猴岛最大的资源特点就是具有较强的亲子属性，无论是以猕猴为主的猴岛公园还是以沙滩滨海资源为主的呆呆岛，亲子家庭是核心的市场之一。



**DTA 数字旅游奖**  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 产品功能



## 在多个场景下，与用户互动



### 弹窗

支持 H5 页面弹窗  
及时与用户互动



### 微信

灵活配置触发条件、模板内容，  
实时发送服务号模板消息



### 短信

短信营销  
定制发送内容



**DTA 数字旅游奖**  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 产品功能



## 场景示例

### 浏览场景

在微信浏览南湾猴岛景区门票信息时，看到推送的南湾猴岛+呆呆岛套票更加划算，于是最终预定了套票。

## 通过活动帮助用户快速决策

针对不同门票产品、人群、日期等条件筛选

- 景区活动营销推送
- 门票、套票营销推送
- 优惠券营销推送
- 推广活动推送

....



DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 产品功能



## 场景 示例

### 支付场景

在OTA购买门票呆呆岛门票之后，收到系统短信推动

## 自动触发推送，提升客单价

根据支付项目、支付金额、购买人群等条件筛选

购票成功后推二销项目

购票成功后推送优惠券/体验券

购票成功后推游玩攻略指南

....



DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 产品功能



## 场景 示例

### 验票场景

当中午12点前通过出口闸机时，微信推送呆呆岛游玩信息

## 多景区交叉营销，相互引流

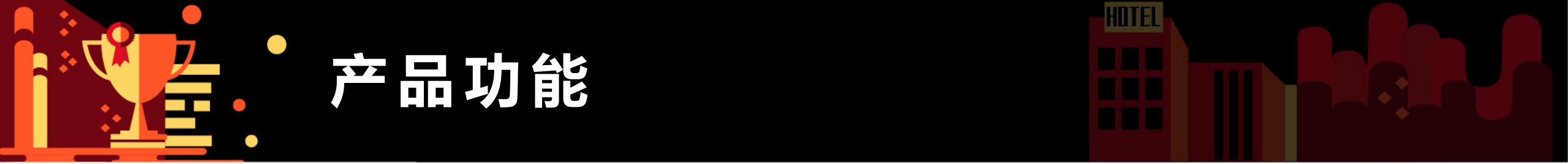
根据不同门票产品、人群、出园/入园时间、指定通道等条件筛选

- 成人过A闸机时推送信息
- 所有人群12点前通过B闸机推送信息
- 所有人通过所有入口/出口闸机推送信息

....



DTA 数字旅游奖  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



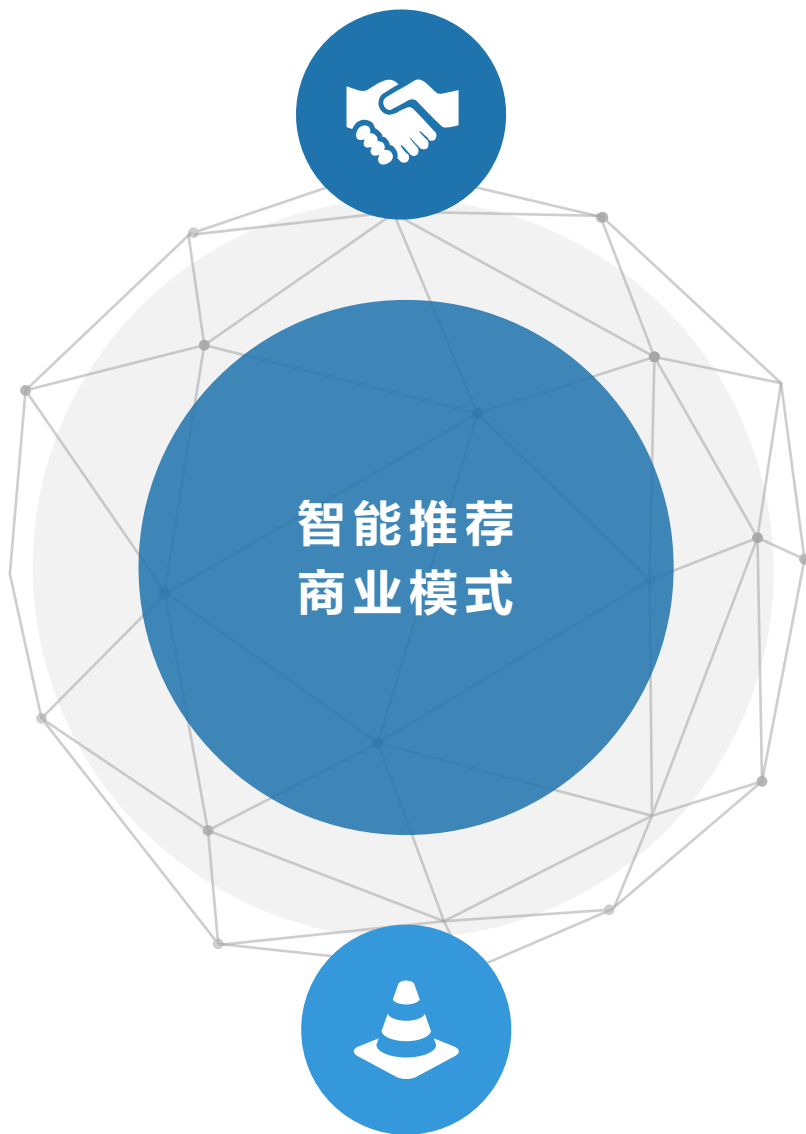
# 产品功能

## 活动效果 实时追踪





# 商业模式



## 科技赋能旅游景区游中消费

通过智能推荐实现旅游景区在游中消费环节的信息触达，是目前多数旅游景区游中转换的痛点。



## 实现游中消费变现提高单价

智能推荐的最大利好就是将景区最想向游客推从的产品和内容，可以实现在游客游中的任何一个环节均可实现，无论是景区内的项目产品，还是园区内的二消品



**DTA 数字旅游奖**  
DIGITAL TRAVEL AWARDS



# 未来商业潜力



## 科技赋能：手段便捷

这是用科技手段，结合数字化营销思维为景区在游中营销环节的突破。

## 游中消费：营销痛点

游前的营销是旅游景区最为擅长的营销手段，景区可以通过旅行社、OTA以及其他平台实现游前的推广宣传和销售，但是游中环节的突破一直是景区营销的痛点。



## 营收突破：提高单价

游中环节是提高单价最关键的环节之一，园区内不仅是常规的门票产品，园区内还有其他二消品，而智能推荐能够精准针对不同客群推送不同类别的二消产品和项目，实现客单价的提高。



**DTA 数字旅游奖**  
DIGITAL TRAVEL AWARDS