

同程旅行 在变局中开新局·打造确定性增长

- **品牌名称：**同程旅行
- **所属行业：**旅游服务
- **执行时间：**2024.07至今
- **参选类别：**效果营销类

旅游复苏时代，OTA行业迎来变局

用户意愿分散

行业
变局

用户行为分化

旅游消费从集中爆发向常态化转变

从APP单一渠道向全场景拓展

用户意愿分散，带来成交时机的不确定性

用户随机出行占比提升

30% 游客选择在出行当天或提前1天预定
临时预定比例提升6个百分点

6天 平均提前预定天数下降至6天
同比减少0.8天

错峰出行成为新趋势

+10% 国庆后第一个周末出行订单
较9月同期环比增长

41% 周末游客流量占
全年旅游客流量比例

用户行为分化，带来获客与留存的不确定性

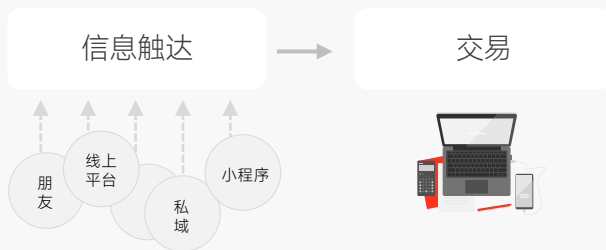
用户触达服务路径分化

快应用/小程序等服务生态
连续5年环比增长40%+



决策跳跃性增强

信息触达场景与交易场景
可能有关联，也可能毫不相干



用户获取和留存难度提升

渠道分散导致获客成本上升
用户忠诚度难以培养

对单一旅游品牌或平台的依赖度降低

平台需要在多个渠道进行推广和营销

营销目的：用户活跃与交易的全面提升

DAU ↑

精准破局
提升用户粘性

应对短期的不确定性
提升用户访问频次
助力中长期的有效增长

GMV ↑

聚焦转化
锁定用户交易

有效抢占用户下单意愿
强化用户转化率
避免用户向竞品平台分流

营销破局：布局确定性的入口，无缝覆盖决策时机与路径

APP端内与端外的双重布局，从用户所有确定性路径源头拦截，聚拢用户意愿与决策



小米厂商生态，可将内容从APP中搬出来，实现端外全天候共同经营用户

同程APP内容

机票

门票

酒店

火车票

厂商生态外显

桌面级内容提醒

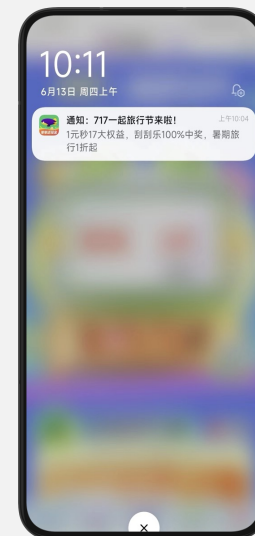
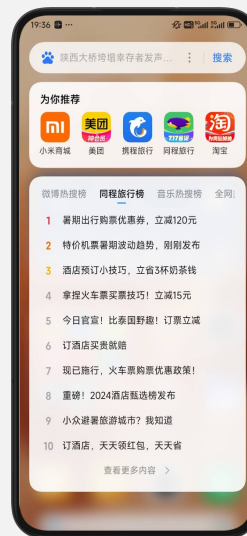
即滑即达渗透用户碎片时间

最前端入口确定性展现

下拉：全搜榜单

悬浮：PUSH

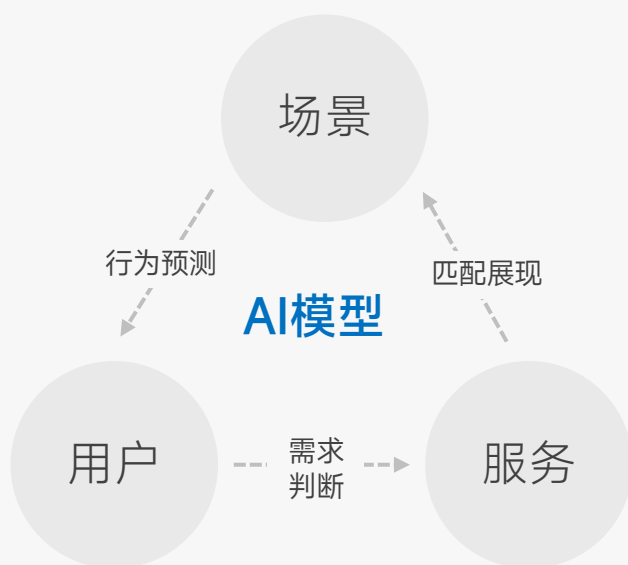
右滑：负一屏



小米厂商生态，具有AI个性化及全场景营销能力， 可精准匹配用户需求，培养用户使用习惯

个性化营销能力，匹配用户需求

基于厂商底层数据能力，结合AI模型服务推荐



全场景服务流转，培养用户忠诚度

基于操作系统构建完成服务链路，强化活跃与留存



同程旅行 × 小米商业营销

以厂商生态为锚点，深度渗透端外场景

以手机媒介的全天候伴随
从不确定的时机中找增长

覆盖确定性的端外入口
全景布局从不确定的路径中找增长

营销策略解析：全生态“品效销”协同增长，在变局中迎新局

负一屏系统级种草

长效经营用户意愿
提升转化率



前置入口促转化

前置化沟通
建立消费者与品牌关联



核心用户追投促复购



分层管理，精细促活
不断扩大用户活跃与交易规模

系统级种草：负一屏长效服务阵地，覆盖任意决策瞬间

基于小米数据积累
与客户一方数据洞察

围绕用户需求匹配内容展现



即滑即达，7*24小时完整覆盖

右滑即可展现，伴随式营销服务，不错失任何意向瞬间

最短转化路径，锁定用户意愿

内容前置化外显，点击直达APP端内转化

转化收口，时刻收拢用户需求

基于数据积累及洞察，匹配需求呈现，更高效转化

系统级种草：拉新+拉活双链路管理，规模与活跃增长兼顾

右滑一下，一步下载

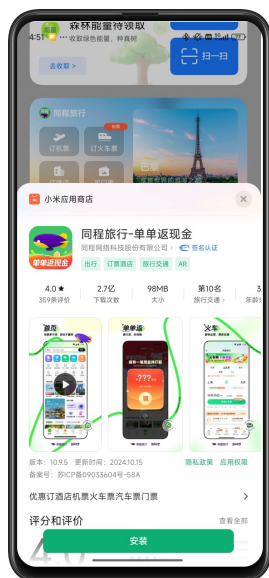
拉新：以服务匹配需求激发下载，也可在页面内完成下单

右滑一下，一步直达

拉活：以便捷服务培养使用习惯



右滑呈现负一屏卡片



下载APP



直达端内相应落地页



右滑呈现负一屏卡片



直接吊起相应落地页



系统级种草：构建种草-助推-转化完整链路，培养用户使用习惯

日常旅游兴趣人群全量覆盖

核心服务+用户兴趣内容整合呈现



巴黎旅游推荐



本地及周边推荐

意向人群助推

兴趣旅游产品福利吸引



门票、酒店
福利折扣吸引

出行人群提醒

抢票服务开放



抢票倒计时
或其他相关出行服务

转化用户推进

相似旅游路线推荐



推荐更多旅游产品

前置入口助转化：结合负一屏人群转化分层投放，全场景助攻

1

承接负一屏用户兴趣

匹配搜索意图推荐

解析用户搜索意图
核心产品模块前置外显
建立服务与品牌的强关联



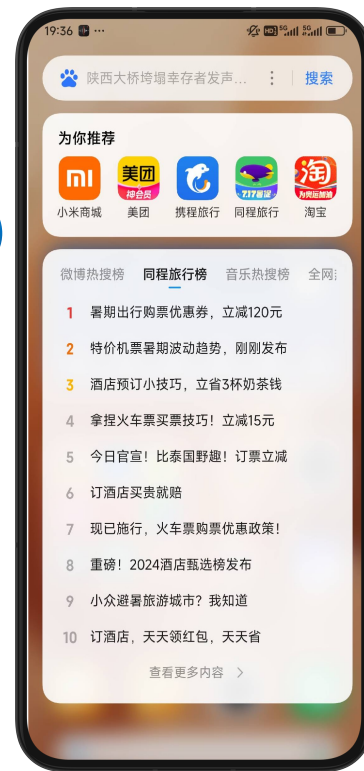
全搜SUG

2

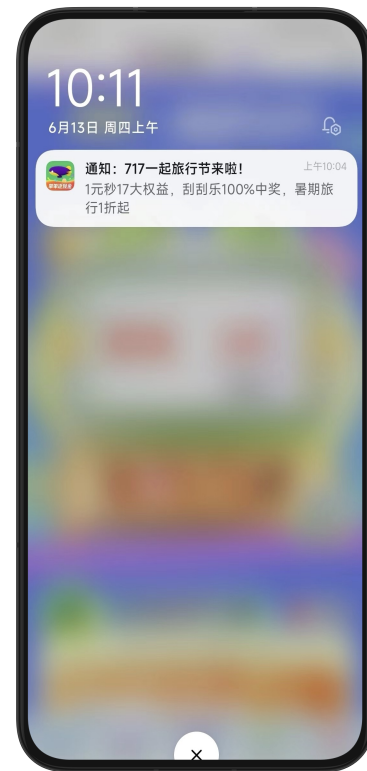
负一屏用户二次投放

依据用户阶段差异投放

未点击：榜单每日热点推荐
已点击：PUSH触达点击榜
单用户二次推荐



全搜榜单



PUSH

核心用户追投促复购-用户分层级：效果广告配合投放，锁定高潜群体

已安装人群双向标签识别

算法预估用户匹配度

重点用户分层追投

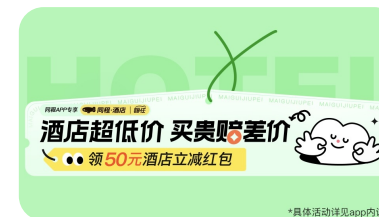
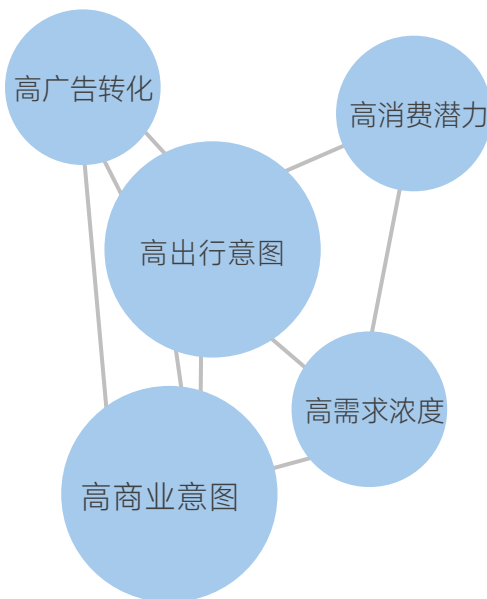
出行意愿识别

×

用户需求识别

明确出行意愿
无出行目的但有意愿
有出行目的但未规划
低出行意愿
.....

低价酒店
旅游路线推荐
低价机票
自由行服务



明确出行意愿用户
推荐低价酒店促转化



有出行目的暂未规划用户
推荐下单福利吸引转化

时机分阶段-差异内容推荐，促进持续转化

日常投放布局，锁定本地周边游用户

结合本地需求
拓展推广品类

结合本地特色时令，如“云南赏花节”



依据阶段兴趣
细化管理

阶段性触达，避免流失

周一到周四
定向管理

老客福利、会员权益

历史关注内容的优惠提醒

依据用户阶段及兴趣，推荐不同类型地域产品

中长假节点放量，助推意愿人群出行

挖掘节点
特色品类

针对节点目标人群突出特性



定向细分
人群推广

提升触达频次，构建完整投放闭环

高潜人群
日均3次触达

多产品线
组合推荐

下单用户推
荐关联服务

营销效果：用户活跃与转化双向增长

2024年Q3 VS 2023年Q3

DAU ↑

更多用户，更高活跃

APP安装 +133%

月活用户 +117%

月度使用频次 +92%

GMV ↑

转化效率大幅提升

广告CVR +3PP

付费成本 -66%

付费量级 +2.67倍

案例亮点：品效销协同，打造确定性增长

从心智到转化的全链锁定

最前端锁定用户行为
让触达场景即为成交场景
即时转化培养第一选择性

在变局中开新局

聚拢用户分化的转化行为

锁定用户分散的出行意愿

从交易到复购的持续追踪

无缝覆盖决策时机
构建差异化分层服务
持续提升用户忠诚与转化