

# 旅游微信分销 凤庆旅游分销 广东游小云

产品名称	旅游微信分销 凤庆旅游分销 广东游小云
公司名称	广东游小云信息技术有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	广东省广州市海珠区琶洲大道东8号广州国际采购中心1215室
联系电话	18922358791

## 产品详情

### 如何运营旅游商城的旅游分销系统？

微信庞大的用户数量让人吃惊，更引起不少旅游商家的兴趣。伴着该社交软件对人们生活的改变，当然包括购物习惯的改变，这让旅游商家看到了其中蕴含的商机。这种新营销模式的出现，让不少旅游企业难以淡定，纷纷打算从这里入手去捞金。作为管理商城的工具，旅游分销系统得到了旅游企业的重视。

大家都在关注如何运营好旅游商城分销系统，下面就让游小云分享一些经验给大家。

#### 一、挖掘客户真实需求

作为商家需要做的就是不断挖掘客户的真实需求，这才是提升商品销量的关键所在。然而，真正的客户需求是什么?哪些商品才是客户需求的?作为商家需要借助微信等渠道广撒网调查，将自己经营的商品相关做成调查报告，发起朋友圈投下票，利用这些策略采集客户的信息。

商家从这些信息中找出客户的真实需求，再通过旅游分销系统当中商品与价值的优势分析，找出客户的关注点。这样才可以赢得客户的心里想法。借助这些信息点，运营者可以提升旅游商城分销系统当中的服务品质，还可以做更细致分销，如此便可以实现多方收益。

#### 二、找对旅游分销品牌商品

要想运营好旅游分销系统，找对品牌商品是关键。大品牌有着成熟的宣传，良好的口碑，因此后期推广会省心。而对于小品牌则不同，它自己一套生存条件和发展空间。因此对于旅游分销系统就是要选择有发展空间的商品，这样运营系统才会更有效果。

#### 三、借助多渠道进行外推

大多企业、商家都看重旅游分销系统，毕竟该工具在运营分销模式方面有着太多的优势。该工具既可以是出色的吸引粉丝神器，也可以不断拓展营销渠道。旅游分销系统大多是有二维码功能的，可以实现线下扫码关注功能，把线下用户转到线上。此外，分享功能也可以不断发布信息，吸引粉丝的加入。

#### 四、合理的互动是运营的保证

互动问题是很多旅游企业关注的焦点，也是赢得运营成功的关键所在。如何让更多的商家与客户参与到旅游分销系统中来是旅游企业必须要深入研究的问题。借助系统来搜集客户的购买信息，加以互动提升客户的满意度，这样便会得到客户的信任，商城生意也会越好。

总的来看如何运营好旅游商城分销系统是很多旅游企业都在思考的关键，因为提升销量就看系统的功能和运营者的能力了。

#### 旅游分销体系中渠道发展是根本

互联网带领时代潮流，游小云旗下的分销产品更是受人追捧，市场竞争激烈，导致渠道发展趋势也有所改变，旅游微信分销，以线性发展为主的主流渠道模式正逐步像以客户为中心的渠道模式改变。这让更多的商家意识到渠道发展的重要性，所以才会出现网络分销系统市场火热局面。

##### 1、分销渠道扁平化

经销商纷纷缩减中间流通环节与渠道，代理层次、流通环节逐步减少，直销力度加大。根本目的在于减少中间环节、节省成本、提高效率、扩大市场，更为直观的掌控市场。实现分销渠道扁平化的方式有：建立网络分销系统、减少中间层次经销商、发展专卖店和直营店、建立直销队伍、开发OEM销售等。

##### 2、产品经营多品牌化

产品经营多品牌化已是市面上很普遍现象。品牌的多元化经营降低了经销商与渠道商的风险，还可让渠道商自主进行合理的产品组合，针对不同的目标市场选择不同的品牌，给商家提供了机会进一步做大做强。

##### 3、增值渠道发展

互联网在发展，用户需求也在不断变化和改善，愈来愈多的个性化需求逐步显现。经销商、渠道商应该提前树立自身的核心优势，抢占增值服务价值高点，专注于某个或某几个优势行业，提高竞争力、扩展业务范围、抢占市场。增值渠道发展的主要方法：改善产品分类、产品供应、订单状态跟踪等来改进产品的制造、获取和运输，另外就是提供售后服务支持，此块的高利润空间值得试水。

##### 4、向网络渠道商进化

细数热门电子商务品牌，美特斯邦威、百丽、七匹狼、达芙妮.....你就会发现，我们传统经销商、渠道商必须先人一步部署自己的网络市场，建立自身的市场优势地位，否则就会被市场所淘汰、所抛弃。电子商务怎样拯救线下传统企业，就是抢占先机、抢占市场。

##### 5、向细分化渠道进阶

市场竞争激烈，渠道商也面临着同质性的困境，厂家、市场、自身各方面都面临着巨大的挑战和压力。所以必须像细分化渠道进阶，才能提高资源利用率、节约成本、增加效益。主要的方式有：

- (1)根据市场环境，构建成多元化分销渠道;
- (2)逐步像规模化、系统的分销渠道靠拢;
- (3)一边整合、一边改进，根据市场和消费者需求再次进行渠道细分;
- (4)同一分销渠道内将产品进行多品类整合，提高资源利用率和利润空间。

## 6、向物流提供商转换

互联网渠道商向物流商转换的方式：

- (1)将自身定位为为大企业配送的物流商这一方式，获取厂家的返利和利润;
- (2)通过各种合作方式，发展地方分销商或零售连锁店，转移和积累自身经验、资金和渠道优势;
- (3)组建自己的生产链，开始生产和销售自己的产品，凤庆旅游分销，形成自主经营品牌。

网络分销渠道发展是根本，从以上就可以看出，渠道的重要性是不可忽视的，那么怎么去开拓和选择优质渠道发展，就得选择好的网络分销系统。

互联网大世界构建了5个小时代的发展趋势：信息时代、商品时代、服务时代、智能时代、数字时代，懂得了这些趋势就能看懂很多企业的玩法，迎合趋势的企业能应运发展，不能紧随趋势的企业逐渐没落。旅游市场有特殊性，却也不能置身事外，互联网推平过去单一供应链优势后，旅游市场呈现出个性游与大众游共存，理性消费与感性消费共存，旅游体验与服务品质共存的多种业态。面对如此变化无端的生态趋势，旅游企业必须强化竞争优势，挖掘核心资源，并大力整合具备品牌独特性的体验价值，以确保生态竞争下的可持续发展。

以便捷高效定位应运而生的SaaS云营销应用，2019年将作为旅游营销应用元年如下7大趋势：

### 趋势一 由产品营销向品牌营销发展

其实世界旅游经济发展已经从“产品经营”时代进入“品牌化经营”时代。以迪斯尼乐园为代表，

旅游企业需要在注重品牌文化内涵打造上下功夫，形成优质的旅游品牌，以品牌感化游客，以品牌级的整体影响来带动市场。没有品牌沉淀的旅游产品，不但项目生命周期短，项目增值空间小，甚至最后只能沦落成建筑垃圾。中国旅游市场已然步入品牌消费的理性市场，所以，旅游分销联盟，打造品牌核心优势才是旅游业发展大的优势，品牌旅游才是发展中国全域旅游的核心竞争力。

### 趋势二：由行业营销向场景营销过渡

旅游的行业有极强的圈层特殊性，旅游分销网，在过去一个地区旅游发展情况主要看游客接待量为核心的业务关联，当今全域旅游时代，除了游客接待量、旅游收入外，信息透明趋势发展下越来越多的组织、机构开始将旅游对社会整体经济带动发展纳入衡量范围。因此，旅游的营销活动也不再是局限在行业圈层内，也不是单纯的营销传播，而是发挥旅游生态场景的聚合效应，发动与之相关联的餐饮、住宿、交通、休闲、购物、商业等企业、团体，甚至政府主动参与，形成一个规模庞大的全域旅游场景“复合体”，将旅游场景营销行为上升到整个生态层面，以此带动城市形象提升、旅游产业升级、旅游品牌转型，推动整个社会高度繁荣的消费场景发展。

旅游微信分销-凤庆旅游分销-广东游小云由广东游小云信息技术有限公司提供。广东游小云信息技术有限公司（[www.yuoun.com](http://www.yuoun.com)）为客户提供“旅游分销小程序,旅游分销商城,旅游分销站群系统”等业务，公司拥有“做旅游分销,用游小云！”等品牌。专注于旅游服务等行业，在广东广州有较高知名度。欢迎来电垂询，联系人：周伟锋。