

酒店分销渠道 广东游小云 府谷酒店分销

产品名称	酒店分销渠道 广东游小云 府谷酒店分销
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

如何辨别在线分销系统哪个好

在线分销系统哪个好?如果企业想搭建在线分销系统的话，这个是一个非常严肃的问题。因为专业的在线分销系统是企业成功做分销的基石，能够解决很多在系统层面上的问题。

1、快捷搭建分销渠道

在线分销系统必须具有强大的功能满足了企业的各项需求，快速搭建分销渠道，实现线上分销，更是为商家做好品牌的奠定了基础，帮助商家吸引更多的消费者。PC端分销商城与移动端分销相结合的分销系统，全网布局，开启了全网无线分销新模式，带给商家良好的市场前景。

2、低成本分销

在线分销系统哪个好?在线分销系统不需要企业投入过多的财力物力，齐全的功能和简易操作的后台管理，简化了企业的分销。完全独立化的分销商城不仅使消费者的体验得到提升，对商家而言增加了一个品牌展示与分销的渠道。在线分销系统能帮助企业布局移动端分销渠道，快速完成拓展移动电商市场分销业务的目标，真正实现将商家的商品铺到每个角落。

3、线上线下一体化，包罗全网分销市场

现如今，各行各业都逐渐重视微信平台的建设，搭建属于自己的流量入口。而个性化、智能化的网购体验是无线电商未来发展趋势，从用户、商家和社交电商三个角度看，游小云SAAS云分销为商家搭建技术平台、为用户提供全新的购物体验，并在社交电商的探索上实现突破，完成线上线下一体化，包罗所有分销市场。

依托于SAAS云分销，顾客可以自由在每个分销商的独立网上分销商城、触屏版分销商城、微信商城进行购物分享和商品的交流，逐步形成社交电商分销市场的雏形。消费者购买完商品，通过分享能够便利其

他用户进行购物决策，发现更多有价值的商品，通过对同品类商品的交流，在整个分销渠道的同步贯通，不仅让商家能够全息顾客需求，同时推动后期的关系营销。

4、全民营销体系

在线分销系统的分销体系，支持各大服务端口的三级分销模式，快速建立会员体系，让每个客户都变成企业的业务员，实现全民营销。

在线分销系统哪个好?其实对于企业来说，除了系统应该具备强大的功能之外，更加需要好的运营方案。分销网店系统运营对于企业是重要的，所以建议企业在搭建在线分销系统后，一定制定好自己的运营方案。

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，携程酒店分销，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，它有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。

中国的在线旅游产业链由上游供应商、中游代理在线交易平台、以及下游市场构成。

从1999年到2012年，中国在线旅游市场不断发展。纵观在线旅游市场的进化过程，大致划分出四个阶段。第1阶段 90世纪末-20世纪初，在线旅游消费的培育期，主要依赖票预订+酒店预订的“佣金模式”，在线代理商的诞生：携程、艺龙。第二阶段 2004-2006，在线旅游市场的成长期，芒果、同程等进入在线代理商市场，引入多元成熟的线下产品，不同代理商报价差异大，提供比价，服务的垂直搜索应运而生，酒店分销平台，代表：去哪儿。第三阶段 2006-2010，在线旅游的细分化和社交化，度假需求出现，驴妈妈、途牛等结合旅游点和旅行线路设计，提供在线预订的细分服务，用户成熟，需求从预订延展到交流。旅游网站社交化，代表有分享攻略的蚂蜂窝、旅游点评的到到。第四阶段 2010-2012，在线旅游市场的新竞争者，QQ、淘宝和京东等大电商加入在线旅游平台市场，提供比价并抽取佣金航空公司和酒店加大直销力度，自建网站，或通过垂直搜索等营销平台直接面向用户。

2012年中国旅游业总收入预计为2.4万亿元。其中，酒店分销渠道，2012年中国在线预订市场交易规模预计将达1729.7亿元，在线旅游的渗透率*为7.2%，还有很大的增长空间。在线旅游市场规模预计於未来几年保持20%-30%的高速增长率。

三大因素推动旅游市场不断增长在线旅游市场竞争细分：对于商家来说，目标用户高度分散化。如图所示，从开始有出行动机，到最后旅游经历分享，消费者需要访问将近8大类网站，其中每个又都有细分网站若干。根据BCG（《扬帆启航-中国旅游业的发展与前景》2011）的行业的报告，由于目前的在线旅游网站功能都不够具体，消费者为了制定旅行日程安排，通常需要费力访问很多网站。造成每个网站的广告转化率都不高。虽然各层级网站均在提升网站服务上下足文章，但还是难以满足用户所有的在线服务需求，单一网站无法完成整套封闭环路服务体系。

上游—供应商：包括航空公司、酒店、景区、租车公司等旅游服务供应商。

中游—代理交易平台：代理交易平台包括在线代理商，综合电商平台等。

下游—营销平台：营销平台包括搜索比价、攻略点评社区等网站。

上中下游平台模式不断完善更新，层级逐渐弱化，行业市场份额不断被均分，致使目标用户不断分散。

红海突围的解决之道—从用户的需求出发

成交量=用户量*购买转化率。要想争夺市场份额，可以从用户量和购买转化率两方面入手。一方面，在线旅游商家可以主动寻找在线旅游的目标用户，延长酒店分销，以促进用户量，另一方面，可以针对性地向目标用户精准推送广告和推荐产品，以提高购买转化率。机会：寻找目标用户&个性化产品。在线旅游消费者的人群特征：1) 在线旅游消费者的性别比例，38%为女性，62%为男性。2) 在线旅游消费者的年龄比例随着80，90后逐渐成为消费主体，旅游的行业以20-40岁的用户比例高，搜索占比达68%。40岁以上的夕阳市场也在不断增加。3) 在线旅游消费者的城市分布，北京、上海用户对旅游信息最为关注，其次为深圳、广州和天津等城市。这五个城市的占比超过35%。4) 浏览网页的时间早上10点-12点，及晚上8点-10点为在线旅游消费者在网上最为活跃时间5) 浏览器版本以浏览器来看，在线旅游消费者中有34%的人喜欢尝鲜，喜欢使用新版本的浏览器。

除了旅游信息外，由于在线旅游消费者的经济比较宽裕，所以比起一般用户，他们对“珠宝及奢侈品”、“计算机及电子产品”类有更浓厚的兴趣，从数据来看，他们对以上两类信息的浏览兴趣是一般用户的9.63倍及5.53倍。

提高购买转化率解决方案：1、利用受众分类群组进行人群购买，2、采用跨渠道投放解决受众碎片化机

。开发目标受众解决方案：器学习技术发掘潜在用户。

编者注：本文内容来自游小云旅游SAAS云系统采集，如有侵权请联系删除!

酒店分销渠道-广东游小云-府谷酒店分销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）是一家从事“旅游分销小程序,旅游分销商城,旅游分销站群系统”的公司。自成立以来，我们坚持以“诚信为本，稳健经营”的方针，勇于参与市场的良性竞争，使“做旅游分销,用游小云！”品牌拥有良好口碑。我们坚持“服务至上，用户至上”的原则，使广东游小云在旅游服务中赢得了众的客户的信任，树立了良好的企业形象。

特别说明：本信息的图片和资料仅供参考，欢迎联系我们索取准确的资料，谢谢！