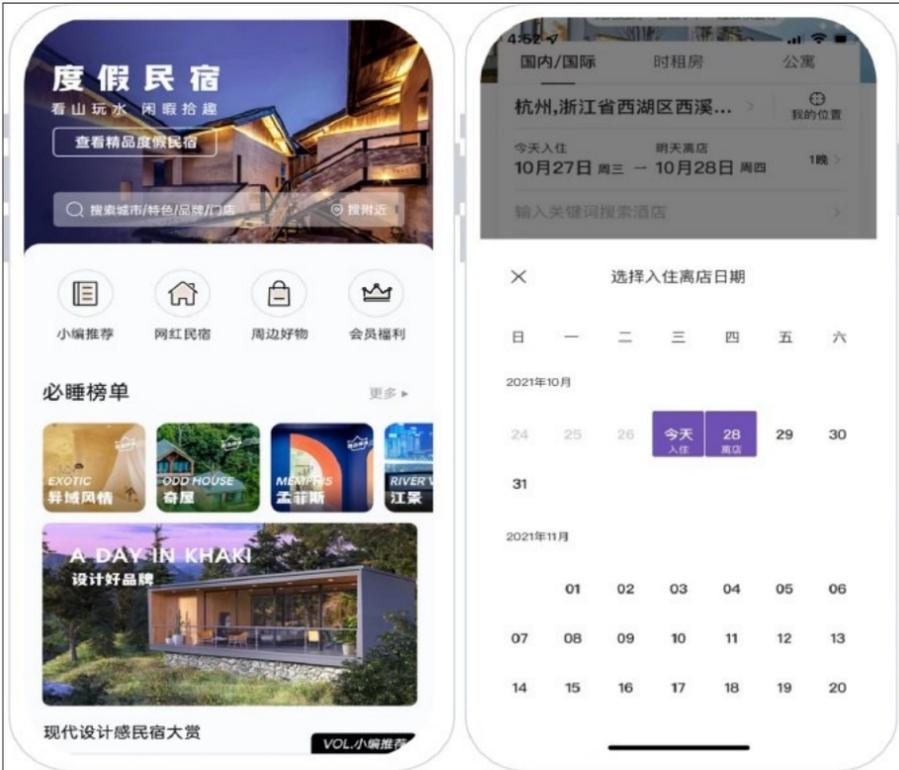


私域新时代的酒店「新通路」



“如今的有赞更像一个基础生态，这里有无数垂直行业、垂直场景、垂直应用的引领者们。”我对白鸦在有赞9周年生态大会上所讲的这句话记忆犹新。

的确，在流量红利见顶的大背景下，只有不断做深、做实，不断强化与垂直领域的深度融合，通过构建一个生态，做好生态下的基础配套工作，才能获得新的增长空间。回顾有赞9年来走过的路程，我们同样可以非常清晰地看出这样一种发展脉络。

无论是社交电商时代，还是新零售时代，有赞都像是一个私域经济的信徒，不断寻找着陪伴和赋能商家的方式和方法。正是在这样一种执念的引领下，有赞成为了私域经济的见证者，同样成为了成就引领者们的引领者。

透过一组数据，我们就可以看出一丝端倪：目前为止，已经有超过6.3万家门店使用了有赞的产品，在2021前三季度，连锁门店商家的交易额超过百亿。

如果一定要找到有赞新零售取得如此骄人成绩的内在原因，找到了私域流量时代的关键要素，并由此衍生出来了有针对性的、可落地的行业解决方案，并且帮助商家真正实现了新的增长，打破了存量时代的发展瓶颈，才是关键所在。

透过有赞最新发布的「有赞酒店」行业解决方案，我们可以看出同样一种发展脉络。

通过对精品酒店、高端非标酒店、星级酒店、民宿等不同类型的酒店业态，提供全方位的解决方案，有赞正在帮助酒店商家搭建私域流量运营的新阵地。

酒店，正进入私域新时代

一直以来，流量都是酒店的生命线。到了互联网时代，这一点并未改变。尽管衍生于互联网的OTA模式让酒店的获客渠道实现了线上化、多元化，但是，随着公域流量的见顶，平台抽佣的不断增高，酒店商家开始面临越来越多的增长瓶颈。

如果说，流量的见顶仅仅只是给酒店商家带来了外部增长压力的话，那么，酒店本身的诸多痛点，则成为迫使酒店商家不得不从自身寻找新的破局之道的关键原因。

据前瞻产业研究院《中国连锁酒店行业发展前景预测与投资战略规划分析报告》发布数据显示，截至2021年1月1日，在全国酒店业设施27.9万家中，共有2668个连锁酒店品牌，连锁酒店5.5万家。从酒店客房总数来看，在全国1533万件客房中，连锁酒店客房数量为469万件，连锁化率为31%。

如此低的连锁化率，最终让酒店商家难以形成规模效应。一旦外部流量输入减少，酒店商家的经营就会受到很大的影响。

从获客成本上来看，我们都知道，对于酒店商家来讲，walk-in的获客成本是最便宜的。当互联网时代来临，消费者的消费习惯开始从线下转移到线上，walk-in的用户越来越少，获客成本随之上升。

另外，随着人力成本的不断攀升，酒店商家的管理成本同样开始水涨船高。以人力成本为例，据中国饭店业公布的数据，酒店业的人力成本在2013年大概12%，2019年是25%，2020年更是达到了30%之多。

成本攀升的同时，酒店商家的用户粘性却一直无法得到提升。比如，很多酒店商家

会在旺季遭遇排队办理入住的情况，不流畅的入住体验会极大地损伤用户的粘性，最终，让很多酒店商家失去了不少回头客。另外，门禁卡丢失、无法识别以及数不清的开关面板等都成为提升用户粘性的隐性杀手。

再加上单房盈利能力差以及疫情的长期深度影响，酒店商家的经营困境，更是雪上加霜。于是，如何借助数字化的手段解决这些问题，特别是让酒店商家可以在存量时代激活私域，找到新的利润增长点，成为每一个酒店商家必然需要着重思考的重要课题。

在不改变酒店经营业态和客房场景为主的前提下，寻找新的增长方式，成为大多数酒店商家必然需要着重思考的课题。

从根本上来看，还是要从私域流量抓起，积极拥抱私域新时代来寻找新出路。通过不断增加私域产权力、单客价值度、顾客推荐率，做好私域运营，让私域三角的面积不断扩大，以减弱对于OTA平台的流量依赖，从而获得新的增长潜能。

「有赞酒店」，便是在这样的大背景下诞生的。

有赞酒店，开启私域运营的新时代

白鸦在演讲当中，提出了一个很有意思的结论。即，像对待产权资产一样，对待私域顾客的经营。换句话说，私域运营就是要将外部消费者变成会员，然后再把会员变成合伙人，从而让他们可以不断为自身提供新增量的过程。

这需要「私域三角」的助力，并借助它构建一套完整的私域流量运行体系。

所谓的「私域三角」，首先是私域流量的积累，建立「私域产权力」；其次是客户创造价值的程度，不断创造「单客价值度」；最后是老客户的推荐效果，不断提高老客户的「客户推荐率」。

「有赞酒店」，正是基于这样一种思路衍生而来的。

首先，「有赞酒店」通过帮助酒店商家搭建独立的酒店小程序直销平台，不断蓄满自身私域流量的池子。同时，还打通了抖音、小红书、微信视频号等流量平台，不断寻找存量市场下新的流量增长极，进一步扩大的私域流量的来源，不断扩大了自身的私域产权力。

此外，「有赞酒店」还借助有赞云是吸纳了房态通、库存通、订单通、商品通、会员通、积分通、优惠券通，实现了酒店商家的数字化转型，真正让私域流量与酒店商家数字资产实现了无缝对接，进一步提升了自身的私域产权力。

其次，「有赞酒店」还实现了实物商品、虚拟商品、电子卡券等多类目商品的在线销售，满足了酒店消费者在住宿、商超、餐饮、场地资源等多个场景下的需求，从而激活了消费者的「单客价值度」。

根据酒店商家所处的地理位置的不同，「有赞酒店」还帮助商家售卖农副产品、文化

风物、周边门票、游玩活动等，再借助有赞分销，快速引入多业态商品，进一步激活了消费者的单客价值度。

再次，「有赞酒店」在提升客户推荐率上同样有比较突出的表现。通过提供诸如会员管理、营销玩法、触点服务等多元化的工具和服务，「有赞酒店」帮助酒店商家不断提高了老客户的推荐度，真正让私域运营得到了进一步深入。

可以说，有了「有赞酒店」的助力，酒店商家的私域运营将会进入到一个全新的时代。无论是对于酒店商家而言，还是对于SaaS行业来讲，都具有相当重要的意义。

有赞酒店，有赞生态的又一基石

正如开头所提到的那样，经过9年的发展之后，如今的有赞越来越像是一个基础生态。「有赞酒店」的横空出世，更是有赞这样一个基础生态不断完善，不断丰富的重要标志。

无疑，它将会成为构筑有赞完美生态的又一基石。

自诞生以来，有赞就始终秉持对于私域经济的完美信仰，并且不断通过产品和服务来赋能更多商家。正如白鸦所讲，有赞「就像是一个摇旗呐喊的引领者」。

正是基于这样一种信念，有赞在不同场景、不同行业当中都有相对应的产品出现。可以说，「有赞酒店」，正是有赞不断完善自身生态，不断将触角深入到更多场景的重要标志。

另外，如果仔细观察，我们就会发现，「有赞酒店」是由有赞酒店PMS服务商「订单来了」和有赞云共建产生的。据了解，作为面前第三方开发者的定制开发平台，有赞云继承了有赞核心系统99%的产品技术能力，可以基于有赞微商城和零售标准产品，快速进行定制开发。

可以说，「有赞酒店」是一次强强联合，通过它，有赞云的PaaS能力实现行业能力与有赞云实现了一次完美融合。对于有赞本身来讲，同样是一次积极尝试，对于其他行业来讲，具有非常强烈的借鉴意义。

笔者认为，「有赞酒店」的更深一层的意义在于对酒店商家的数字化转型的深度助力和全方位赋能。有了「有赞酒店」解决方案之后，酒店商家可以将传统时代的资产转变成成为数字经济时代的数字资产。

无论是不断做大自身的私域资产，还是迎接数字经济时代的到来，都具有不可估量的重要作用。

当公域时代进入到私域时代的路径逐渐清晰，越来越多的人开始寻找私域运营的方式和方法。对于长期为私域运营摇旗呐喊的有赞来讲，这种现象的背后是有赞作为引领者的角色的逐步确立。

「有赞酒店」，正是在这个新时刻诞生的。以此为开端，有赞作为基础生态的角色有望进一步强化，而酒店商家则开始打开私域新时代的「新通路」。

特色推荐

- 盐水鸭
- 素烧鹅
- 蜜汁糖藕
- 南京馄饨
- 红烧狮子头
- 糖醋排骨
- 松鼠鱼
- 蒜椒活鱼
- 萝卜牛腩
- 家乡小炒肉
- 砂锅排骨
- 三鲜锅巴

南京饭店
NANJING BISTRO

大华府首家淮扬特色餐厅

电话: 703-385-8686 703-352-8686 地址: 11213-C Lee HWY, Fairfax VA 22032

COUPON
10% off
仅限堂吃
截止 12/31/2021

6-100

鲜美可口地道的专业粤菜师傅主理

欢迎光临

特色菜系: 本店靠近泰森角购物中心, 5分钟车程

- 贵妃鸡
- 北京鸭
- XO生蝴蝶
- 香脆鱼片
- 金沙龙虾
- 特色黑椒牛柳
- 金条鱼球

莲花园
Lotus Garden

电话: 703-255-9888
传真: 703-255-5188

地址: 224 Maple Ave. West, Vienna, VA 22180

大华府唯一的正宗兰州拉面

陕西刀削面美味正宗