

# 南航e行小程序增长营销

- ◆ 广告主：中国南方航空
- ◆ 所属行业：航旅业
- ◆ 执行时间：2018.03.01-2019.09.01
- ◆ 参选类别：客户体验类

## 1. 困境：互联网进入存量时代

随着中国互联网从流量时代步入存量时代，**用户人均分配不同社交平台的时间越来越少。**

在用户增量停滞之下，企业社交媒体派发福利的**投产比越来越低**，难以长期投入，内容运营也显得举步维艰。

对此困局，企业急需找到新的突破口。

## 2. 破局：南航构建私域流量体系

南航致力于为旅客提供**全流程电子化服务**，并于2014年在微信平台布局南航微信公众号（南方航空、中国南方航空公众号）构建私域流量，为用户提供**功能-内容于一体的服务**，2019年初南航公众号累计粉丝量已**超2000万**。

在流量红利逐渐消失的情况下，如何提升私域流量的**价值转化**，提升销售业绩，成为了南航社媒**最重要的任务**。

## 3. 实施：南航e行小程序有效提升转化率

南航社媒结合**微信小程序风口**，打造集上线购票、体验服务功能于一体的【**南航e行小程序**】，成为业内**首个**上线微信小程序的航企；

并通过小程序在微信环境中的**更便利、更兼容、更易裂变**的性质，**有效提升南航服务号私域流量的转化率**，**大幅提升南航社媒的销量**。

## 洞察：南航e行小程序定位升级

南航e行小程序从2.0版本的“商品+”定位升级为3.0版本的“服务+”定位，南航e行小程序不止是用户的购票工具，还是集合裂变、服务、社交一体化的消费者航旅助手。小程序以用户为中心，结合大数据分析，优化操作路径，升级产品功能。

## 策略：围绕旅客出行，构建模块闭环

围绕旅客出行，设置福利模块、裂变模块、服务模块和信息模块。

让用户可以通过南航e行小程序解决90%以上的航旅出行常规问题。

**关注用户低价搜索需求**，设置一键搜索低价机票功能；

**增加会员专属感**，优化页面设计，临行挂件直通登机牌、首页即展示用户头像昵称及会员里程；

**增加用户触点**，打通出行前中后、线上线下全场景营销，为用户提供更加优质的服务和体验。

## 4P全方位升级

### Product & Price

通过用户大数据分析南航社媒用户的日常使用功能和营销行为，获得南航社媒用户的消费者**行为频次最高的服务功能及价格区间**。

针对性地优化功能，**减少用户操作次数**，加强便捷性和用户体验，另外在价格层面，加入低价搜索功能，让旅客可以随时了解低价机票，**吸引用户使用并促进转化**。

### Place & Promotion

针对用户的**社交行为模式**，开展一系列私域流量的裂变运营，通过干团大战、小程序红包等方式，借助小程序本身的**便捷性和沉浸式互动模式**，使其在南航私域流量中获得引爆，并**航旅用户圈层实现外延扩散**。



从用户购票前后不同阶段出发，结合用户数据分析，  
挖掘用户痛点，对南航e行小程序进行大量微创新营销。

1

购票前：  
吸引用户关注，激发购票兴趣。

1) 小程序首页优化版面设计，增加产品销售内容露出，重点以活动、优惠引起潜在客户关注。



Banner 拉通节省首页空间

首页头像、称呼和会员级别凸显个性化的标识，会员更具专属感。

临行挂件直通电子登机牌，提升服务能力

首页即可查询机票，购票操作步骤减少，更清晰便捷。

提供更多运营内容，供用户消费转化

## 1

购票前：

吸引用户关注，激发购票兴趣。

2) 购票流中增加订阅航线功能，吸引当前价格观望群体，弥补过往购买前阶段的用户体验闭环缺陷。同时可以增加用户关注度，使用消息推送挽回决策期犹豫的用户。

航线订阅功能



航线价格变动订阅功能

搜索后的机票列表页面，顶部引导用户订阅该航线：

- 1、吸引当前价格观望群体，弥补过往购买前阶段的用户体验闭环缺陷。
- 2、同时可以增加用户关注度，使用消息推送挽回决策期犹豫的用户。
- 3、查询低价按钮跳转特惠机票查询页面。

订阅功能—我的订阅页面



## 1

购票前：

吸引用户关注，激发购票兴趣。

3) 特惠机票搜索功能：自动定位用户可以一键搜索180天内低价机票，还可自定义跨时段查询，随意组合日期，搜索结果按含税价排序，出行决策更容易。低价搜索功能吸引了大量价格敏感型用户的关注。





购票后：

2

## 优化全流程服务，增加向上及交叉销售机会

便捷操作

梳理用户操作逻辑

1、购票成功后，引导用户在线选座。底部增加用户购票后功能引导，为附加产品和服务引流。

2、选座后行程页顶部引导用户关注航班动态。

3、同时顺应无纸化登机趋势，选座后用户可查看电子登机牌。

1) 关注航班动态：引导用户关注购票的航班动态，增加与用户的互动机会，提升品牌好感度。



购票后：

2

## 优化全流程服务，增加向上及交叉销售机会

充分利用小程序及公众号消息功能，提高服务效率

使用南航e行小程序购票但未关注南航大小号的用户，利用小程序消息提醒选座、电子登机牌、值机、候机、登机

**机票低价预约通知**

12月22日

广州至北京机票特价提醒

当前价格：998  
行程：广州至北京  
出发时间：2018-12-25 16:45

您关注的航程有特价机票，价低抢手，建议尽快预订！

详情 >

使用南航e行小程序订阅航线价格变动的用户

利用登机口升舱优惠吸引用户关注小程序提醒消息，办理升舱

**舱位可变更提醒**

航班号 7840123456789

可变更舱位 升舱至明珠经济舱或公务舱

变更费用 100元起

温馨提示 仅限受邀会员参与，先到先得！航班起飞前60分钟截止办理。

进入小程序查看 >

拒收通知 >

2) 小程序服务消息：利用小程序服务通知，将航班动态及时通知到位，引导用户使用小程序值机选座等功能；同时增加交叉销售机会，如休息室服务、订餐服务。

**南航e行**

**电子登机牌通知**

客票号 7840123456789  
航班 广州-北京 CZ3101  
登机时间 2018年7月12日 18:40  
座位号 36C (李超)  
出行提示 您乘坐的南航航班可以使用电子登机牌直接安检登机，请点击查看。

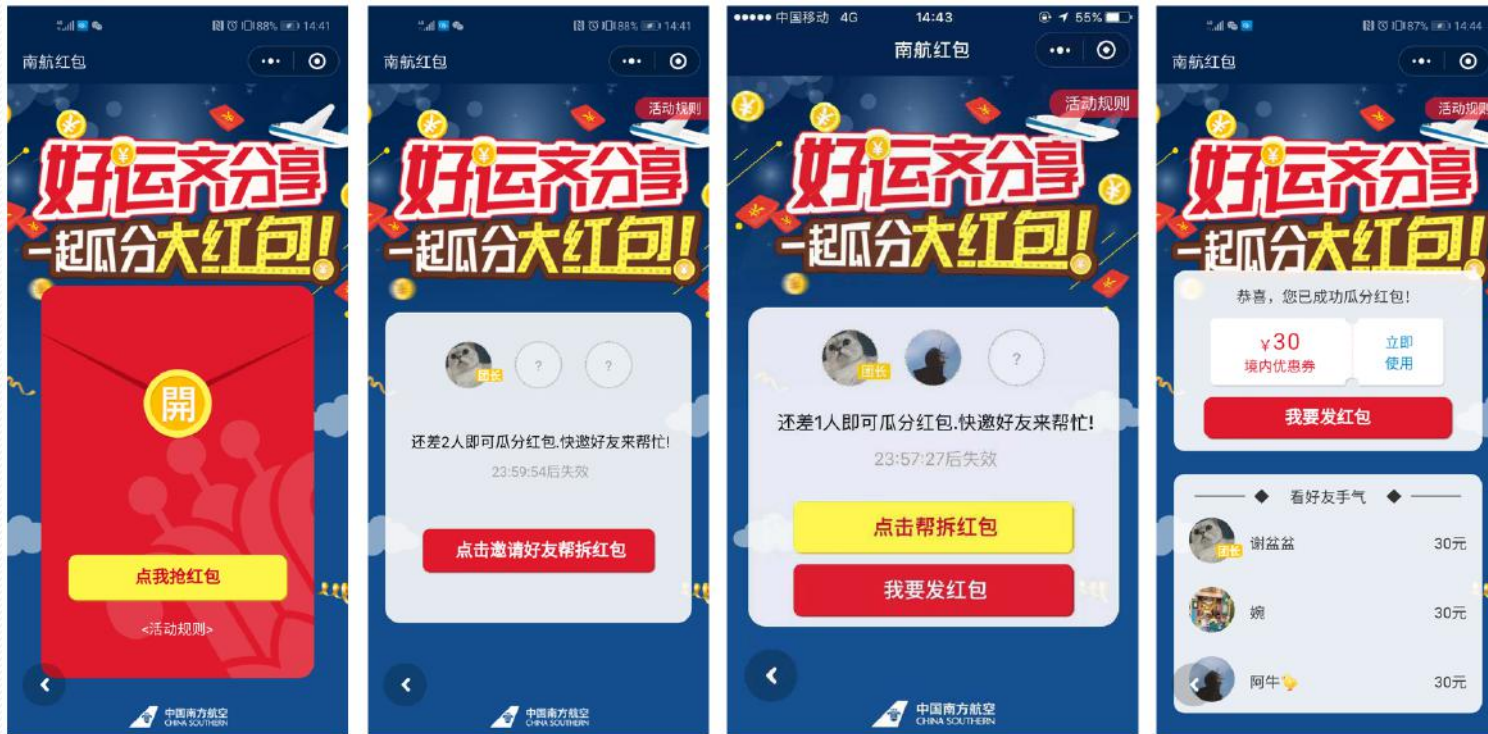
进入小程序查看 >

拒收通知 >

购票后：

2

优化全流程服务，增加向上及交叉销售机会



3) 以小程序为载体，充分利用小程序易裂变的属性，使用福利吸引用户注意力，促进销售。单次活动PV200W，参与人数40W，优惠券派出20W+份。

## 1. 销量带来新突破

2019年**前三季度**，单纯小程序渠道销量，比去年同比增长近**100%**，截止8月份已完成销量**10亿+**。

## 2. 用户实现新增长

2019年**前三季度**，南航e行小程序，新增用户量达**数百万**，总用户量**破千万**。

综合来说，南航e行小程序营销项目，

让南航社媒的无论从**销量、用户量、用户体验**方面都得到了新突破，

让南航社媒的**私域流量运营**提升了一个新的高度。