

---

# 旅游互联网公司数字运营

## 【课程目标】

数据分析是指用适当的统计方法对收集来的大量第一手资料和二手资料进行分析，以求最大化地开发数据资料的功能，发挥数据的作用。数据分析是为了提取有用信息和形成结论而对数据加以详细研究和概括总结的过程。

本课程分析数据的应用价值，数据分析如何帮助企业提升运营效率，提升企业利润；然后到数据引起的思维变革，怎样改变企业管理的思维；再到数据分析如何引发企业中的商业模式创新，发展机遇及新利润增长点。

本课程通过分析旅游互联网公司的特点，讨论数据化运营过程中数据的收集、常见的分析问题以及业务应用领域。

## 【课程大纲】

### 第一部分：数据分析的核心理念

问题：数据分析的核心价值是什么？数据分析是怎样用于业务决策？

#### 1、数据分析的业务价值

- 
- 发现业务运行规律及问题
  - 探索业务未来发展趋势

## 2、认识数据分析

- 什么是数据分析
- 数据分析的三大作用
- 常用分析的三大类别

案例：喜欢赚“差价”的营业员（用数据管理来识别）

## 3、数据分析需要的能力

- 懂业务、懂管理、懂分析、懂工具、懂呈现

## 4、数据分析面临的常见问题

- 不知道分析什么（分析目的不明确）
- 不知道怎样分析（缺少分析方法）
- 不知道收集什么样的数据（业务理解不足）
- 不知道下一步怎么做（不了解分析过程）
- 看不懂数据表达的意思（数据解读能力差）
- 担心分析不够全面（分析思路不系统）

---

## 第二部分：旅游互联网企业的数据组成与特点

问题：作为重要的数据资产，旅游互联网企业有哪些数据？与其他行业比较有什么特点？

### 1、旅游互联网企业的数据组成

- 旅游网站用户访问日志
- 各渠道交易数据
- 客户提供的信息（申请、表格等）、人口数据
- 社交网络、论坛得到客户的交流记录
- 评论数据

### 2、旅游互联网企业数据的特点

## 第三部分：旅游互联网企业的数据分析应用

问题：旅游互联网企业的数据分析如何改善企业的运营？提高客户满意度？改善营销效果如何帮忙企业提高盈利能力？

### 1、改善营销

- 细分客户，按照客户人口数据、客户行为进行分类
- 产品推荐
- 客户的识别与获取
- 事件式营销：工作、意外事件带来的营销机会

---

## 2、产品设计

- 客户偏好分析
- 客户情感分析
- 产品的个性化设计

## 3、商业模式创新

- 互联网旅游的新思维

**结束：探讨与总结。**