

8月8日,山航电商特惠日“美月美日”推出“致敬英雄·拥军于行”主题活动,为大战友送出100张免费机票,感谢他们为保家卫国作出的贡献。活动取得了良好的社会反响,活动预热微博得到“共青团中央”官方微博转发和点赞,并且获得粉丝一致好评。

据了解,作为本次活动的载体,山航“美月美日”电商特惠日自2017年10月10日上线以来,每月重日都会推出一系列让利旅客的福利活动,得到了广大旅客的一致好评。“美月美日”电商特惠日是山航从“以座位为中心”的传统航空公司向“以用户为中心”的新零售航空公司转化发展而打造的常态化、周期性的大型电商促销活动。

山航“美月美日”电商特惠日启动仪式上启用新域名。(资料片)



## 突破传统,创新电商模式

# 山航陪你“美月美日”

本报记者 白新鑫

### 从“以座位为中心”到“以用户为中心”

航班销售作为航空公司的主营业务,一直以来都是各大航司“绞尽脑汁”的必争之地。随着“互联网+”时代的不断发展,近年来山航一直致力于从“机票+”与“服务+”两个维度拓展电商直销渠道、丰富电商产品。

航空旅客出行个性化服务需求快速增长,如何满足旅客多样化出行需求、提供契合出行关键环节的优惠产品与便捷服务,成为航空公司提升营销活动效果、改善旅客服务体验的重要考验。山航在每月重日开展“美月美日”电商特惠日常态化大型营销活动,从旅客视角出发,细分旅客出行需求,提供旅客出行全环节的活动优惠,开展个性化的互动活动以及热点主题活动,不断创新活动形式,满足用户需求,提升出行体验。“美月美日”特惠日的定位就是要打破航空票价与旅客“信息不对称”的壁垒,从旅客的角度出发,统筹资源匹配旅客需求。”山航营销委电商部美月美日产品经理李晓说。

在产品之初,山航营销委就确定了“以座位为中心”的传统航空公司转向“以用户为中心”的新零售航空公司的方向,产品的构思、设计也仅仅围绕这一主题,山航营销委致力于把“美月美日”电商特惠日打造成山航营销的“一张名片”,作为一个具有山航特色的销售平台面向广大旅客,通过打造多元化创新性产品来培养旅客消费习惯。

### 契合市场需求 推出主题活动

李晓告诉记者,山航践行“厚道山航”的服务理念,以客为先,细分需求,统筹资源,高效协作,从旅客视角设计每期“美月美日”电商特惠活动。“我



们每期都要提前准备,围绕当下热点制定活动主题,利用自身资源优势整合机票、附加产品、旅游产品与服务优惠及活动赠礼等资源,充分发挥空地联动、线上线下并举,融入旅客出行的各环节,打造个性化、高参与度的营销产品。”

每个月的产品设计都可以说是一次多部门的联动“头脑风暴”,从策划、设计、整合资源、推出产品以及后续监控反馈、跟踪服务全流程无缝连接。李晓告诉记者,为契合当前市场需求,他们在设计产品时首先考虑的是立足旅客视角。每期活动细分旅客出行场景,将

资源统筹投入至旅客出行全环节,在活动关注、预订购买、机场服务、目的地旅游、互动分享等环节均设置优惠或奖品,增加旅客参与度,提升用户满意度。持续推出飞享新年主题、春季赏花踏青主题、重阳孝心出行主题、双十一双十二“放价”促销主题等活动。

“美月美日”电商特惠日上线近1年来推出了很多吸引眼球的“特价票”。为全面统筹资源让利于旅客,每期活动均会统筹山航自有及合作方资源,投入至旅客购票出行的多场景与全环节。除定期开展秒杀、直减、特价、返利等形式活动外,

更有国际免票、限量版机模、高端电子产品、免费接送机服务等好礼回馈旅客。此外,山航还突破了传统电商线上渠道和机票场景局限,借助机上客舱场景与线下机场场景,开展新型旅客互动活动模式。

### 创新活动形式 丰富活动内容

“美月美日”电商特惠日一大特点就是不断创新的活动形式,为了制定出高度契合旅客需求的产品,山航营销委梳理旅客出行环节、服务体验、细化用户需求,将旅客出行划分为机票优惠信息关注、机票查询比价、确定支付购买、接送机用车、机场休息候机、升舱服务选购、购后体验分享等环节。“在产品设计师我们以数据为基础,以场景为依托,以旅客需求为中心,优化活动形式,结合旅客需求设计低参与成本的个性化活动,让旅客可在出行各环节均享受到山航优惠的产品与贴心的服务。”李晓说。今年春运期间山航营销委结合旅客返乡探亲出行需求推出“飞享新年味”主题活动;春季结合旅客赏花踏青出行需求推出的“元宵众卉新”的赏花出行主题活动;暑期结合家庭出游需求,推出亲子游、自由行等山航假期产品大幅让利活动。

山航通过积极的合作沟通,争取到大量优质的平台营销资源,并结合旅客需求统筹应用,适时创新开展包含登机口升舱与机场贵宾休息室等附加产品优惠、互动抽奖、旅游产品让利、异地出游送话费个性化的优惠活动,同时还为参与用户提供iPhone X、iPhone 8、Apple Watch等丰盛奖品。此外,山航还利用合作方服务资源,延伸服务链,拓展服务功能,优化服务品质,提升电商渠道用户体验。山航与合作伙伴共同探索合作新模式,借助合作方优势服务资源,拓宽山航服务链条。如借助接送机用车合作方资源,与元翔专车、神州专车联合开展接送机服务享免

单优惠活动,满足旅客接送机用车服务需求。

每期电商日活动除在山航“掌尚飞”手机客户端、山航官网、山航官方微信、小程序及山航旗舰店等自有渠道宣传外,适时借助大型合作平台流量资源,提高宣传推广力度,打破旅客信息壁垒。

李晓告诉记者,在今年1月1日特惠日期间,山航针对厦门进出港的山航旅客开展线下赠礼活动,活动期间旅客仅需向山航售票柜台展示机票订单详情,即可获得山航精美礼品一份。同时为厦门进出港旅客提供免费接送机服务,延长航空出行服务链条,打造地空联运新模式。双10特惠日期间,山航对5架飞机进行了精心装饰,并为10月10日生日的乘机旅客,在万米高空举行惊喜难忘的生日趴。欢声笑语和温馨的祝福,留在了蓝天,留在了山航“美月美日”电商特惠日这一天。

山航“美月美日”电商特惠日依靠不断创新的活动形式、与旅客需求的高度契合及大量优质资源的精准投入,在取得经济效益的同时,更有效提高了山航“美月美日”品牌知名度及旅客服务满意度。

据了解,自2017年10月10日山航美月美日正式发布以来,已累计开展了11期电商特惠日活动并取得了优异的成绩。其间电商渠道累计销售机票总量近50万张,销售金额累计近3亿元。其中去年双12特惠日活动期间,仅山航电商直销渠道单日销量实现近10万张。

随着“美月美日”品牌知名度的逐步提升,山航也结合社会热点需求开展一些公益性活动,履行社会责任。刚刚过去的8月8日特惠日就以“致敬英雄·拥军于行”为主题开展了拥军主题活动,通过军人送免票、拥军机票与产品优惠等形式向现役军人英雄致敬,活动取得非常好的效果与影响,其中100张免票赠送活动获得军人群体的踊跃支持,每日40秒内完成前50名报名,两日报名时间内累计完成近千名有效报名。