

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

从 0 到 1 成为 AI 旅游主理人——A.C.T.I.V.E. 模型进阶指南

第 8 章 从流量到留量——AI 驱动的用户运营与私域构建

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 8.1 AI 时代的流量获取逻辑
- 8.2 用户画像与精准触达： AI 驱动的受众分析
- 8.3 私域流量池的 AI 化运营：社群、企微与会员体系
- 8.4 AI 客服与智能互动：提升用户留存与复购
- 8.5 数据驱动的用户生命周期管理

- 理解 AI 时代流量获取逻辑的变革
- 掌握用户画像与精准触达的 AI 驱动方法
- 了解私域流量池的 AI 化运营模式
- 建立数据驱动的用户生命周期管理能力

01

8.1 AI 时代的流量获取逻辑

8.1 AI 时代的流量获取逻辑

- 伍欣与彭士平（2025）在原书中提出 "从流量中来，到 '留' 量中去" 的运营理念 [1]。
- 在 AI 时代，这一理念的实现路径发生了根本性变化：从依赖平台算法被动获取流量，转向利用 AI 工具主动预测和捕获流量。

8.1 AI 时代的流量获取逻辑

- 传统流量获取逻辑以 " 内容→平台推荐→用户触达 " 为核心链路，主理人需要适应平台算法规则来获取曝光。
- AI 时代的流量获取逻辑增加了 " 预测 " 和 " 精准 " 两个维度： AI 工具能够预测哪些内容更容易获得平台推荐，哪些话题更容易引发用户互动，从而帮助主理人在内容创作阶段就优化流量获取效率。

8.1 AI 时代的流量获取逻辑

- Wisetsri 等（2021）的系统性分析指出，AI 在营销推广管理中的应用正从简单的数据统计向智能洞察和预测分析演进 [2]。
- 对于旅游主理人而言，AI 驱动流量获取意味着从 "拍脑袋选题" 到 "数据驱动选题" 的转变。

8.1 AI 时代的流量获取逻辑

- 知识卡片： " 流量 " 与 " 留量 " 是两个不同的概念。流量（ Traffic ）指内容的曝光量和点击量，是用户注意力的瞬时涌入；留量（ Retention ）指用户的持续关注和互动，是用户关系的长期沉淀。
- AI 旅游主理人的核心目标是将流量转化为留量——从 " 一次性曝光 " 到 " 长期用户关系 " 。

02

8.2 用户画像与精准触达： AI 驱动的受众分析

8.2 用户画像与精准触达： AI 驱动的受众分析

- 用户画像是精准触达的基础。 AI 工具能够分析社交媒体上的用户行为数据，构建精细化的用户画像，帮助主理人理解 " 谁在关注我 " " 他们关心什么 " " 他们何时活跃 " 。

8.2.1 AI 用户画像的构建方法

- AI 驱动的用户画像构建包含以下步骤：
- 数据采集：通过平台原生分析工具和第三方 AI 工具采集粉丝的人口统计特征（年龄、性别、地域）、行为特征（活跃时段、互动频率、内容偏好）和心理特征（兴趣标签、价值观倾向）

8.2.1 AI 用户画像的构建方法

- AI 分析：利用大语言模型对采集到的数据进行深度分析，生成结构化的用户画像报告
- 画像应用：将用户画像应用于内容选题（根据受众兴趣生成选题方向）、发布时机（根据受众活跃时段优化发布时间）和内容风格（根据受众偏好调整语言风格和视觉风格）

8.2.1 AI 用户画像的构建方法

- Nugroho 等（2024）的研究指出，AI 通过更快速、准确的信息处理，能够在住宿、交通、景点等各环节实现与个人偏好的精准匹配 [3]。这一能力同样适用于旅游内容的精准触达。

8.2.2 精准触达策略

- 基于 AI 用户画像的精准触达策略包括：
- 内容分层策略：根据用户画像将粉丝分为核心粉丝（高互动率）、潜在粉丝（偶尔互动）和边缘粉丝（仅浏览不互动），针对不同层级的粉丝设计差异化的内容策略

8.2.2 精准触达策略

- 时间精准策略：利用 AI 分析粉丝的活跃时段，在最佳时间发布内容以最大化曝光
- 话题精准策略：利用 AI 分析粉丝关注的热门话题，将旅行内容与热门话题进行关联，提升内容的话题性和传播力

8.2.2 精准触达策略

- Ma 与 Zhang （2024）的研究指出，AI 系统通过分析游客偏好、行为和历史数据，可以实现高度个性化的旅游推荐 [4]。
- 对于旅游主理人而言，个性化推荐不仅适用于旅游产品，也适用于内容本身——AI 工具能够根据粉丝画像推荐最适合的内容主题和呈现方式。

03

8.3 私域流量池的 AI 化运营：社群、企微与会员体系

8.3 私域流量池的 AI 化运营：社群、企微与会员体系

- 私域流量池是旅游主理人将 " 流量 " 转化为 " 留量 " 的核心载体。AI 工具能够大幅提升私域运营的效率 and 效果。

8.3.1 社群的 AI 化运营

- 社群（微信群、QQ 群等）是旅游主理人私域运营的基础形态。AI 工具在社群运营中的应用包括：AI 欢迎语和规则引导（新成员入群时自动发送个性化欢迎信息）；
- AI 话题引导（根据社群活跃度自动生成讨论话题）；AI 内容分发（将主理人的新内容自动推送到社群并引导讨论）。

8.3.2 企业微信的 AI 化运营

- 企业微信（企微）是比社群更系统化的私域运营工具。
- 企微的 SCRM （ Social Customer Relationship Management ） 功能结合 AI 工具，能够实现：用户标签自动化（ AI 根据用户行为自动打标签）；

8.3.2 企业微信的 AI 化运营

- 智能消息推送（AI 根据用户画像推送个性化内容）； AI 客服（AI 自动回复用户常见问题，主理人处理复杂问题）。
- Bansode 等的研究指出， AI 算法通过分析用户的历史交互、偏好和人口统计信息，能够创建定制化的内容流 [5]。

8.3.2 企业微信的 AI 化运营

- 这一能力在企微私域运营中尤为 valuable——主理人可以为每个用户建立独立的画像档案，实现 "千人千面" 的私域内容推送。

8.3.3 会员体系的 AI 化设计

- 会员体系是私域变现的核心机制。AI 工具能够帮助主理人设计差异化的会员等级和权益体系：AI 分析用户消费行为和互动数据，自动划分会员等级；AI 预测用户的付费意愿和价格敏感度，优化会员定价策略；
- AI 推荐个性化的会员权益，提升会员续费率。

04

8.4 AI 客服与智能互动：提升用户留存与复购

8.4 AI 客服与智能互动：提升用户留存与复购

- AI 客服是提升用户互动效率和留存率的重要工具。Cassani 等（2024）开发的 zIA 系统展示了生成式 AI 在旅游客服方面的应用——系统能够以自然语言与游客互动，提供个性化的旅游建议 [6]。

8.4.1 AI 客服的应用场景

- 旅游主理人的 AI 客服应用场景包括：
- 旅行咨询回复： AI 自动回复粉丝关于目的地、路线、住宿等常见问题

8.4.1 AI 客服的应用场景

- 内容互动管理：AI 分析评论情感倾向，优先处理负面评论和高质量评论
- 私域用户维护：AI 定期向私域用户推送个性化内容，保持用户活跃度

8.4.1 AI 客服的应用场景

- 购买引导： AI 根据用户行为触发购买引导（如用户多次浏览某旅行产品时自动推送优惠信息）

8.4.2 智能互动的设计原则

- AI 驱动的智能互动需要遵循以下设计原则：
- 温度感：即使是 AI 回复，也要保持个人化的语气和情感表达

8.4.2 智能互动的设计原则

- 边界感：明确 AI 客服与人工客服的边界，复杂问题及时转人工
- 透明性：适当向用户说明 AI 的使用，避免 " 假扮真人 " 的信任风险

8.4.2 智能互动的设计原则

- 持续优化：利用 AI 分析互动数据，持续优化回复策略和互动流程

05

8.5 数据驱动的用户生命周期管理

8.5 数据驱动的用户生命周期管理

- 用户生命周期管理是将 " 流量 " 转化为 " 留量 " 的系统化方法。 AI 工具能够在用户生命周期的每个阶段提供数据支持。

8.5.1 用户生命周期模型

- 旅游主理人的用户生命周期可分为五个阶段：

8.5.2 AI 驱动的生命周期管理

- AI 工具在用户生命周期管理中的核心价值在于 " 预测 " 和 " 自动化 "：
- 预测性分析： AI 能够预测用户的行为趋势——哪些用户即将成为高价值用户，哪些用户有流失风险

8.5.2 AI 驱动的生命周期管理

- 自动化运营：AI 能够根据用户所处的生命周期阶段自动触发相应的运营动作——新关注用户自动推送欢迎内容，高互动用户自动邀请加入 VIP 社群，流失风险用户自动发送召回内容
- Tosic 等（2025）的研究从个性化、安全和商业优化三个维度分析了 AI 在旅游中的应用，指出 AI 在用户生命周期管理方面具有巨大潜力 [7]。

8.5.2 AI 驱动的生命周期管理

- 对于旅游主理人而言，AI 驱动的生命周期管理意味着从 " 被动等待用户行为 " 到 " 主动预测和干预用户行为 " 的转变。
- 案例：一位旅游主理人利用 AI 工具建立了完整的用户生命周期管理体系：在获客期，AI 分析平台趋势数据优化内容选题，使曝光量提升 50% ；

8.5.2 AI 驱动的生命周期管理

- 在激活期，AI 根据新粉丝的画像推送个性化欢迎内容，首次互动率提升 30%；在成长期，AI 推荐相关旅行内容和产品，月均消费额提升 40%；在成熟期，AI 设计专属会员权益，复购率达到 65%；
- 在衰退期，AI 预警流失风险用户并触发个性化召回内容，成功召回率达 25%。

- 本章系统阐述了 AI 驱动的用户运营与私域构建方法：从 AI 时代的流量获取逻辑变革，到用户画像与精准触达的 AI 驱动方法，再到私域流量池（社群、企微、会员体系）的 AI 化运营模式，
- 最后到 AI 客服与数据驱动的用户生命周期管理。
- 核心观点是：AI 工具使旅游主理人能够从 " 被动获取流量 " 转向 " 主动预测和经营用户关系 "，实现从 " 流量 " 到 " 留量 " 的系统化转化。

- 识记： " 流量 " 与 " 留量 " 的区别是什么？ AI 如何促进两者之间的转化？
- 理解： AI 用户画像的构建包含哪些步骤？ 如何应用于精准触达？
- 应用： 请为一位旅游主理人设计一个私域流量池的 AI 化运营方案。
- 分析： 用户生命周期管理的五个阶段分别面临什么挑战？ AI 如何帮助应对？
- 评价： AI 客服在提升用户留存与复购方面的优势和局限分别是什么？
- 创造： 设计一个 AI 驱动的用户生命周期管理体系， 包含数据采集、 预测分析和自动化运营三个模块。

- [1] 伍欣, 彭士平. 从 0 到 1 成为旅游网络红人 [M]. 北京: 旅游教育出版社, 2025: 95-115.
- [2] Wisetsri W, Ragesh T S, Aarthya C C J, et al. Systematic Analysis and Future
- [3] Nugroho I S, Priyanto D, Purnama Y. Exploring the Role of Artificial Intelli
- [4] Ma S, Zhang L. Enhancing Tourists' Satisfaction: Leveraging Artificial Intel
- [5] Bansode T, Kannaujiya P, Patil H, et al. A Review On Impact Of AI On Social
- [6] Cassani A, Ruberl M, Salis A, et al. zIA: A GenAI-Powered Local Auntie Assis

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材