

携程：归期近，乡情浓

- ◆ 广告主：携程
- ◆ 所属行业：互联网行业
- ◆ 执行时间：2019.01.02-01.16
- ◆ 参选类别：场景营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<https://v.qq.com/x/page/k30032cco9g.html>

或者
扫一扫看视频



背景

你知道吗？



春运抢票已成为最大规模的竞技活动



春运旅客量预估（人次）



30 + 亿

背景

你知道吗?



越来越多人开始加入网购票大军



2013
网购票所占比例
约1/3



2018
网购票所占比例
73.1%

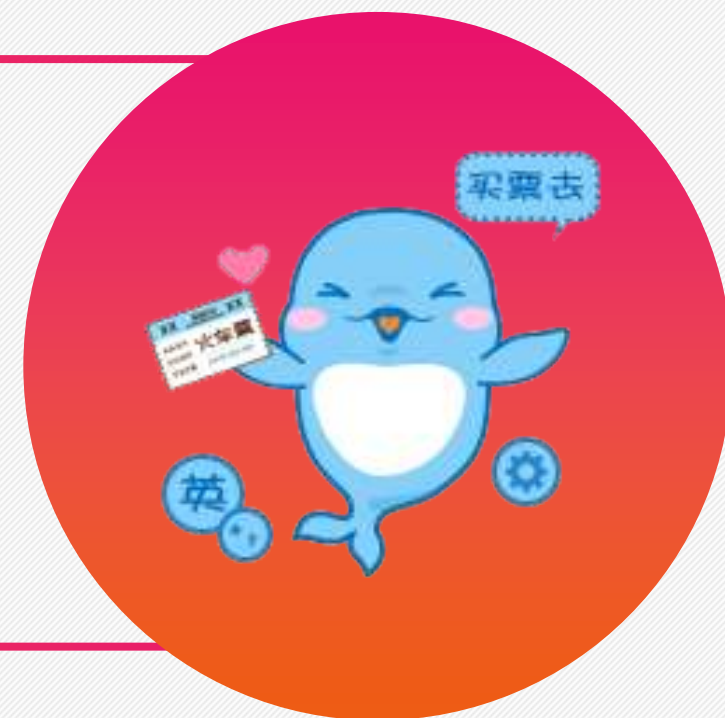
*数据来源：中国铁路总公司

归期渐近 乡情正浓 正是买票好时机

网络购票日趋成熟，行业竞争白热化

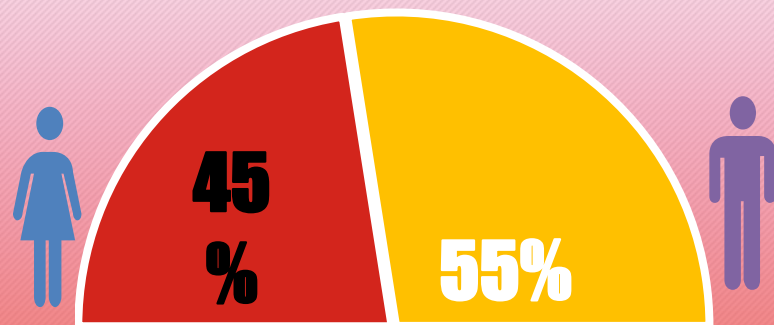
作为OTA的老大**携程**

要如何把握**春运良机**抢占市场？

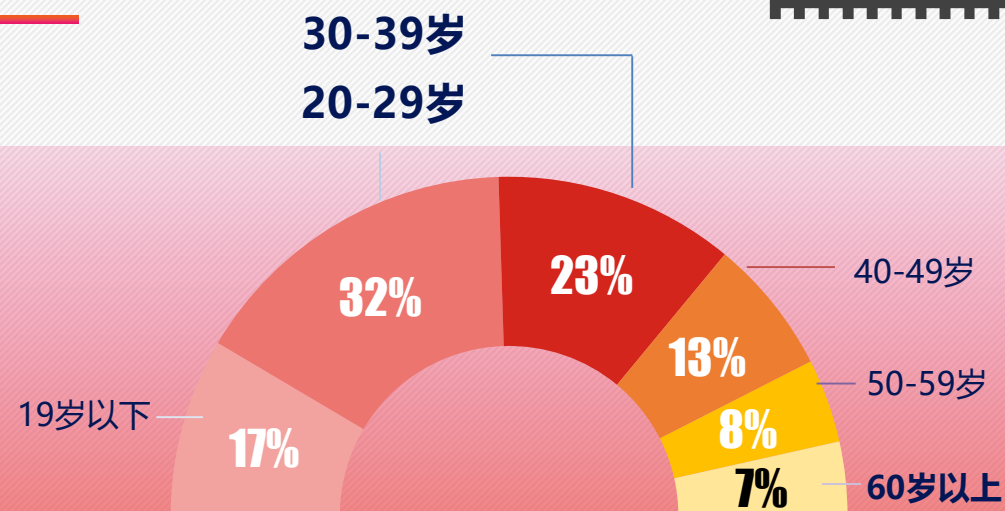


聚焦核心人群

寻找到可能长成“大树”的“树苗”



性别分布

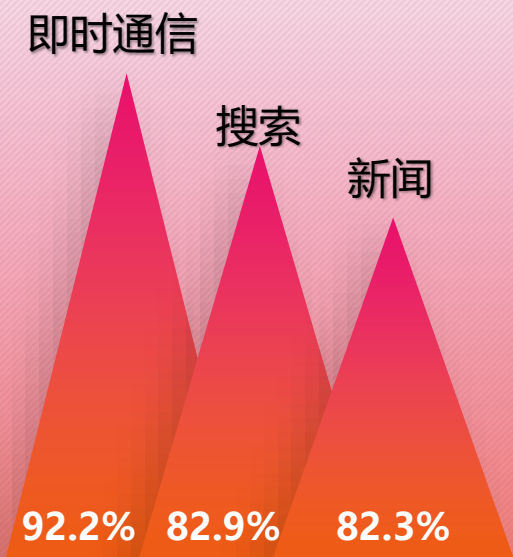


年龄分布

OTA不仅是30岁用户的天下，同时也是20岁用户的未来。

锁定网民日常网络场景，聊、搜、看

找到“树苗”的“根部”

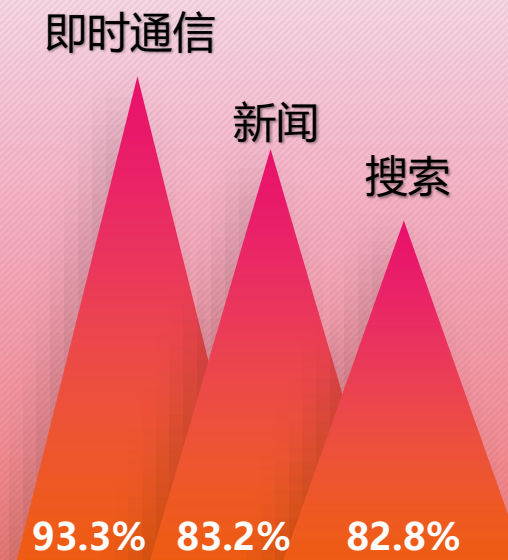


无线端

社交

搜索

新闻



PC端

对位抢票重点节点

找到“树苗”的“根部”

1月2日

回乡票抢票高峰期

腊月二十八回乡车票开售节点

1月12日

返程票抢票高峰期

正月初七返程车票开售节点

1月16日

回乡票捡漏高峰期

抢票白热化

“多层滴灌”

营销
导入

锁定原点场景
个性化直达需求

精准
对位

进行原点人群
聚焦式传播

原生
热点

热门话题
引爆关注

Sogou 搜狗

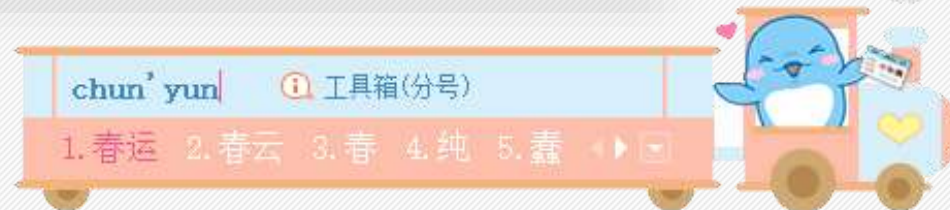


营销导入：萌物yoyo攻占桌面，边聊边买票

PC端



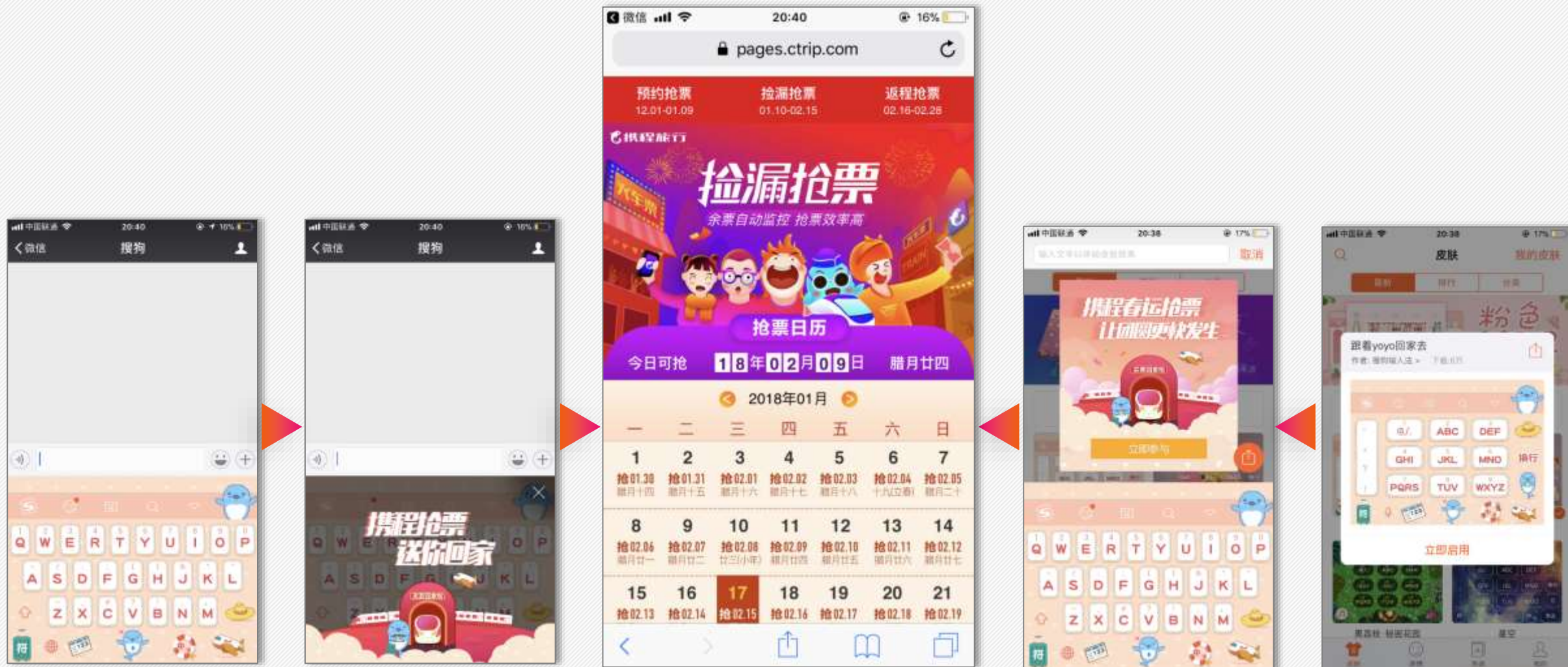
Yoyo春运买票



无线端



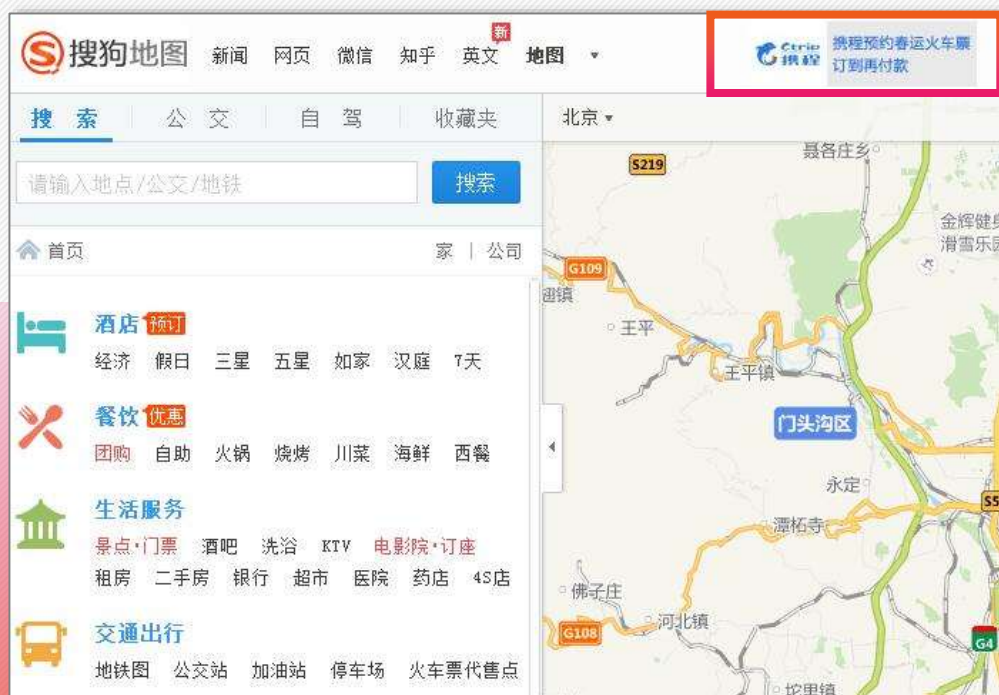
营销导入：萌物yoyo攻占桌面，边聊边买票



营销导入：找东西看新闻，开启即见团圆票



营销导入：出行路也是回家票，“马”上订票



精准对位，快速建立品牌关联

多角度分析用户需求
最大限度捕获精准客户

🔍 春运预订票时间

🔍 春运火车票提前多少天

🔍 火车票放票时间查询

🔍 昆山南站到广元的火车票

🔍 春运票怎么捡漏?

🔍 12306火车票预订

🔍 抢火车票

🔍 如何购买中转站票

🔍 返程票预定时间

精准对位，特殊形式吸引用户关注

浮层品专



时效品专



跻身热点新闻位置，原生形式助力话题传播

热词-PC端



猜你想搜



信息流固定位



跻身热点新闻位置，原生形式助力话题传播

每日新词banner



每日新词文字链



跻身热点，吸引媒体关注，助力话题传播

20+

媒体关注

持续提升传播热度

门户网站

新闻客户端

微信公众号

搜 狐
SOHU.com



千龙网
QianLong.com

中国 网
china.com.cn
china.org.cn

yèsky.com
天极网



活动总曝光量

21亿次



效果



点击总量（到携程）

800万次