

携程 FUN 肆之旅内容电商整合营销

广告主：携程旅行

所属行业：旅游

执行时间：2018.09.28-10.14

参选类别：视频整合营销类

营销背景

抖音在十一出行节点首次推出旅行季 IP，共邀携程旅行内容共建。两大平台强强联手，打造超级热点话题。迎合出行高峰时段，UGC 高峰时段顺势植入携程，“顺风”传播品牌使用场景，深植品牌形象；借助营销闭环，转化更多潜在用户。

打通 POI 功能，让用户在产生内容的同时也预埋了为后续用户流量转移至携程的“种草”入口，社交电商的新型营销模式，完美实现营销闭环，用户流量全接收。品效合一，打造社交电商。

营销目标

FUN 肆之旅社交内容电商整合营销是在 2018 年十一出行高峰期，携程旅行联合抖音进行的联合营销，旨在通过用户出行高峰，以创意玩法和技术打通，实现用户从内容消费到预订转化的社交内容电商的无缝连接。

策略与创意

PGC+UGC 构建内容及 IP 共创矩阵，品牌联合引爆社交平台超级话题。

策略：

- 1、爆款 H5 预热铺垫：“fun 游新物种” H5 用二三次元转变的手法表现旅行是不一样的，唤醒用户对美好旅行向往，为旅行季挑战赛预热。
- 2、加长升级版挑战赛：更多资源入口开放，活动时间更长，资源更丰富；头部达人号召，POI 功能打通，全面助理挑战赛。
- 3、PR 贯穿，全网反响：覆盖活动周期的 PR 资源造势，跨行业、跨平台、跨人群项目包装再升级，全网营销，大破圈层。

亮点：

FUN 肆之旅内容电商整合营销是品牌首个联合抖音打造的 IP 内容共建，通过打通内容电商的完整通路，实现短视频内容种草与实际出行拔草的转化通路，并通过与抖音平台战略合作打通 POI

(point of interest) 实现了短视频+旅行的全新内容电商模式，实现了品效合一的整合营销。

整体挑战赛结束收获 45 亿播放量，成为抖音品牌挑战赛播放量最高的项目。

案例视频：

http://v.youku.com/v_show/id_XMzk0MTYwMTg0NA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

执行过程/媒体表现

在本项目中抖音联合今日头条全站资源进行推广，包括抖音、今日头条、火山小视频等平台的推广资源、社交媒体、PR 资源等，通过与携程打通 poi 将抖音用户引流至携程平台进行消费。同时，联动携程调站内站外资源引导出行用户参与，打通双方平台的互通。

互动预热期：抖音与携程联合打造“fun 游新物种”旅行人格测试爆款 H5，通过 8 位抖音达人拍摄，以旅行动物人格的方式激发用户共鸣，为“FUN 肆之旅”主话题预热。H5 上线 3 小时，UV 即超过 100 万，形成了朋友圈的刷屏，截止活动结束，PV 累计已超 1000 万。

UGC 高潮期：携程和抖音全站发起#携程 fun 肆之旅#挑战赛，引导全民用短视频记录旅行激发用户 UGC，邀请抖音头部达人前往武汉、重庆、三亚、香港实地打卡，对用户进行旅行“种草”，将携程预埋入用户心智；同时，开创性地通过 POI (point of interest) 功能让“种草”与“拔草”的过程形成营销闭环，用户看到喜欢的旅行短视频即可点击预订，实现品“销”合一。

此次挑战赛达成 45 亿次播放，创下抖音挑战赛活动期内播放量第一的记录。参与用户数达 35.5 万人，挑战赛视频累计点赞超 1 亿，为携程平台引入超过 1000 万的用户浏览。

收官期：项目获得了行业内外的广泛关注，超过共 200 家媒体进行报道，包括虎嗅、环球旅讯、阑夕、哈佛商业评论、网易、今日头条、新浪、腾讯等行业媒体，也包括成功营销、广告门、数英网、公关界的 007、万能的大叔、新榜、姜茶茶等营销媒体的关注，覆盖营销、互联网、旅游等领域。

我们隐形于日常中
三点一线 反复循环
但我们内心
永远憧憬着改变
因为天性使然
我们是FUN游物种

点击进入FUN世界

还在香港排队买iPhone Xs Max?
参加挑战赛就给你安排!

上抖音 和罗西在香港fun肆游

10月3日-9日
上抖音搜索#携程fun肆之旅#挑战赛,
添加话题并使用fun肆之旅贴纸及音乐,
拍摄十一最美风景,
赢iPhone Xs Max!

#携程fun肆之旅
46.4亿 次播放
★ 已收藏

拍十一最美风景, 赢iPhone Xs Max! 使用同款音乐和贴纸, 添加话题#携程fun肆之旅#, @携程旅行 并添加景点、酒店定位, 即可参与幸运抽奖! 进入携程旅行App, 搜索“嗨游旅行季”, 还可领千元红包等更多精彩好礼。
挑战赛点赞第1名的幸运用户将获得iPhone Xs Max (256G), 点赞排名第5名、15名、25名 (中奖排名以此类推) 的20名优秀用户将获得500元旅行礼品卡哦!
开奖时间: 2018年10月13日。

收起

免责声明
该活动与Apple Inc.无关, 由携程旅行发起、举办并对活动规则进行解释, 活动中相关承诺的意思表示 (包括但不限于奖励、奖品等) 由携程旅行作出, 敬请用户知晓。

热度排序 切换

上海外滩W酒店
★★★★★ 9.4分
3541人来过
上海市虹口区旅顺路66号
距离 14 km

携程
上海外滩W酒店预订
¥2295起
立即预订

新闻 > 企业新闻 > 正文

携程+抖音，短视频将如何成为旅行的下一个强势入口？

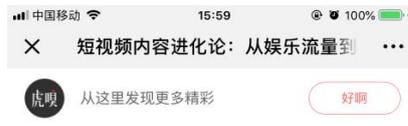
来源：环球旅讯 | 2018-10-24

分享到



短视频开始成为下一个旅游营销的风口。旅游企业的渠道运营思路，在原来的双微平台上增加了抖音，变成了“双微一抖”。

短视频开始成为下一个旅游营销的风口。旅游企业的渠道运营思路，在原来的双微平台上增加了抖音，变成了“双微一抖”。



短视频内容进化论：从娱乐流量到种草流量

林华 2018-10-21 21:54:00



短视频已经成为移动流量王者，抖音月活突破5亿，快手月活突破3亿。无论是从大电影植入还是综艺影视合作，内容营销愈发成为广受关注的热点。短视频崛起必然推动内容营销的平台和方法随之变革。以KOL启动和UGC衔接的内容营销，正在显现出垂直领域营销主流的雏形。

营销效果与市场反馈

累计品牌曝光 60 亿余人次，换算为 CPM 仅 1.6 元，仅为常规投放的约 37 分之一。

“fun 游新物种” H5 上线 3 小时，UV 即超过 100 万，形成了朋友圈的刷屏，截止活动结束，PV 累计已超 1000 万。

挑战赛播放量达 45 亿，成为抖音品牌挑战赛播放量最高的项目，参与用户数达 35.5 万人，点赞总数超 1 亿，携程平台引入超过 1000 万的用户浏览，超过 4000 万 GMV，携程官方抖音号粉丝上涨 161%。

项目获得了行业内外的广泛关注，超过共 200 家媒体进行报道，单微信公众号相关分析文章已覆盖 3200 万人。