

大数据赋能携程智慧营销

广告主：携程

所属行业：旅游

执行时间：2018.04.01-12.01

参选类别：智能营销类

营销背景

在中国旅游业发展红利不断释放的背景下，携程建立起了“一站式旅游服务”，携程在规模上逐渐扩大，一直以来都表现出色。但是，目前互联网流量见顶，人口红利和活跃用户的发掘越来越难。携程长期致力于互联网广告的投放，市场饱和度越来越高，如何找到新的突破点，抢占更多市场流量，是目前携程需要解决的问题。

营销目标

通过我司行业大数据选定“携程”潜客人群，使用 looklike 增大“携程”潜在客户基数，降低用户的激活成本，扩大用户激活数量，借助智能工具辅助挖掘用户购买力，提升官网订单转化率和 ROI。

策略与创意

3A 营销策略：

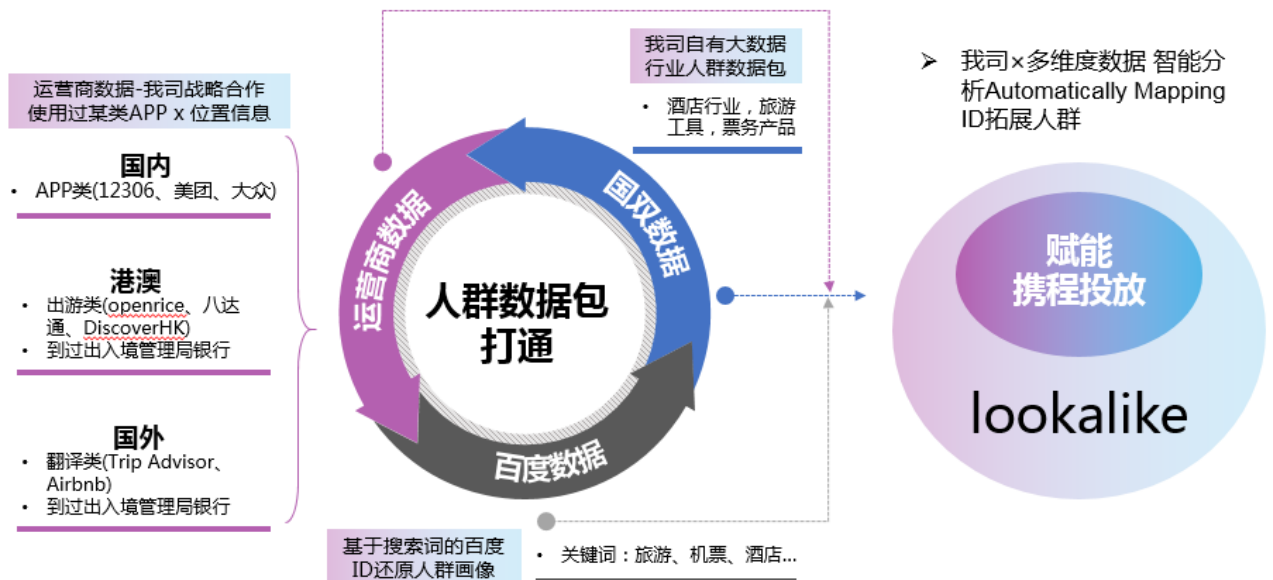
- 人群 AI 智能识别：大数据深挖用户，用最核心的用户拓展更多人群。
- 创意 AI 智能内容承接：洞悉创意方向，用精准、热门的创意匹配人群。
- 广告 AI 智能投放：提高运营效率，用智能工具辅助运营投放。



执行过程/媒体表现

1、应用三方大数据做深度人群分析，精准找到旅游行业人群，进行 looklike，扩展目标人群。

运营商数据、百度数据、我司数据，相关旅游行业数据进行三方打通赋能携程广告投放，多维度拓展人群。



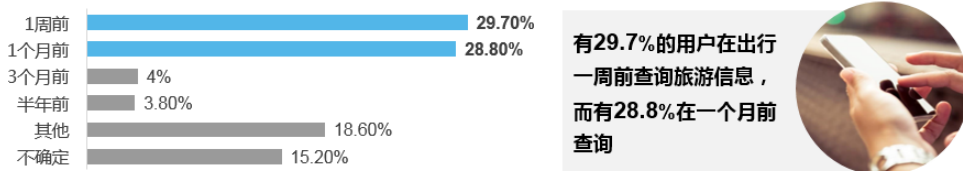
2、自主研发舆情系统监测，指导创意方向。

借助舆情工具，深度多维分析，帮助客户解答投放高峰在何时？哪些景点、景区更有吸引力？哪些酒店更容易被青睐？等问题，依据监测时段、监测攻略、监测酒店评论，得出创意主题方向。

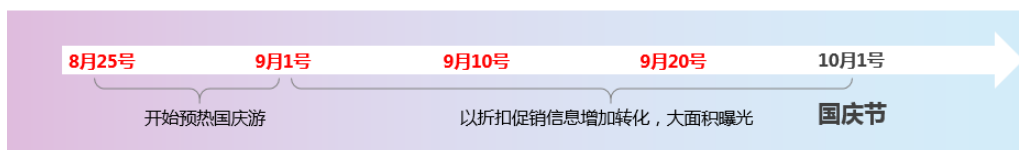


3、自主研发的舆情监测工具把控投放黄金节点。

我司自主研发的舆情工具显示 29.7%的用户在出行一周前查询旅游信息,而 28.8%在一个月前查询,以国庆为例做测试,提前 1 个月开始投放携程·国庆主题活动,日激活增长 200%。



国庆节,提前1个月开始投放国庆主题活动,日激活增长200%



4、自主研发的舆情监测工具自动化归类分析目标用户喜好,提取影响用户下单预订决策的关键点。

利用我司自主研发的舆情工具勾选行业动态、社交平台等渠道的数据,自动化分析得出民宿、网红酒店、漂流等因素更容易获得用户青睐;提取官网评论数据、同行数据得出用户在预订酒店时,更注重酒店的环境、价格、服务等因素。



5、借助舆情监测分析的结果,指导广告创意和投放,整体 CTR 提升 90%。

建议舆情监测分析的结果,我们建议携程在搜索营销方面的广告创意方面要突出目标用户关注点:即由单一的酒店素材转变为民宿、网红酒店及漂流项目的广告素材投放;由无重点只突出携程品牌的文案投放更改为突出民宿、网红产品,符合季节漂流、价格、环境的文案投放。最终整体 CTR 提升 90%。

CTR提升
90%

由单一的酒店素材更改为民宿、网红酒店、和漂流项目的投放

- 携程旅游，提供一站式服务
- 上携程定酒店，越来越方便
- 南京原来这么好玩，快来携程，体验一日游
- 携程定的酒店，快捷方便

- 从上海出来，来这里住特色民宿，实在是太值了！
- 油泼面，探碗酒，千年古都，热辣街头，国内旅游必去的城市之一！
- 上海出发，来这里住，人均只要100不到！
- 这里住，体验家的感觉，人均100不到！

由无重点只突出携程的文案更改为：突出民宿、网红产品，符合季节漂流、价格、环境

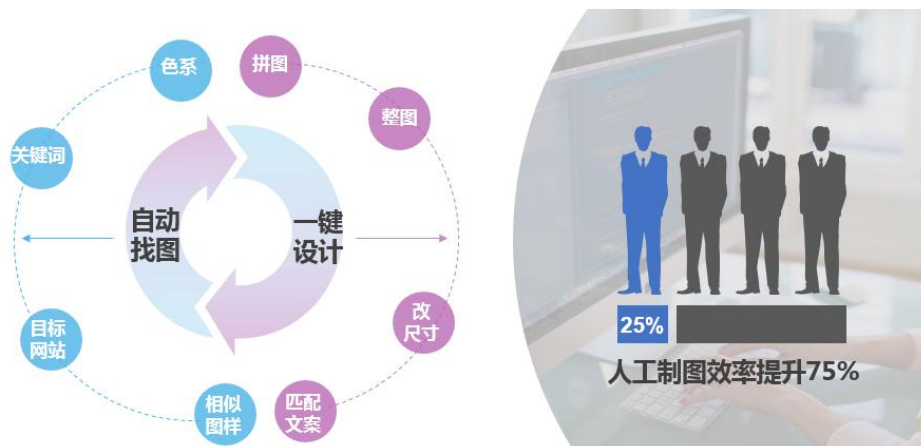
6、动态创意工具触发千人千面，直达用户真实需求，ROI提升20%

通过用户在媒体及跨媒体行为分析出用户的真实需求，按需触发动态创意，引导用户下载携程app，激活后自动唤醒对应页面。



7、高效设计工具，自动找图、一键设计拼图，提升75%人工制图效率。

自动化设计插件，通过色系、关键词、目标网站、相似图样自动找图，一键设计可以进行拼图、整图、改尺寸、匹配文案等功能，大大提升了人工制图效率。



8、 智能化预警工具赋能广告投放,实时监测成本,自动控制预算,成本降低 75%,消费增长 100 倍。

自动化插件通过后台手动设置功能数据值,进行有效的控制成本及预算。



营销效果与市场反馈

- 玩转新营销, 精准化运营, 定制化广告创意, 千人千面保障了传播有效性。
- 自动化插件提升 75%制图效率。
- 创新化投放结合工具的使用, 日预算增长 2802%, APP 激活成本下降 71%。

