虚拟人EASSY的卡塔尔旅行日记

- **品牌名称：**卡塔尔旅游局
- **所属行业：**旅游服务
- **执行时间：**2023.04.28-06.30
- **参选类别：**旅游服务类

结案视频

https://www.bilibili.com/video/BV1Uw411S7SK/

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

背 景

FIFA WORLD CUP Qatar2022

visit QATAR 2023

2022年世界杯举办地，让“卡塔尔”这个国家以「豪」火爆全网

加紧布局“赛后经济”，希望辐射出更加庞大的卡塔尔旅游产业链

目 标

以创新视角打造卡塔尔目的地内容营销

如何以有话题×有热度的内容吸引年轻人前往卡塔尔

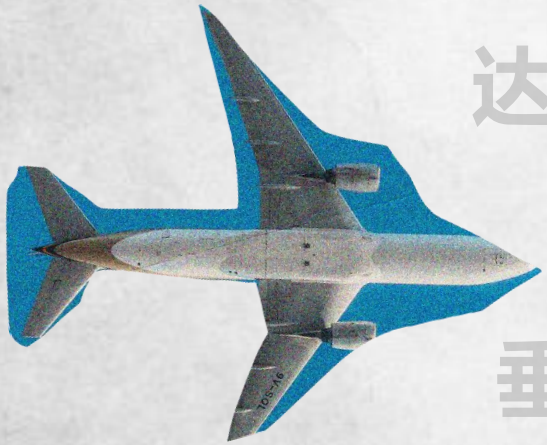
挑 战　目的地营销百家争鸣，卡塔尔话题出圈成本高

旅游业内竞争激烈

淄博烧烤、贵州“村超”、“东方甄选山西行”、大唐不夜城“盛唐密盒”、寺庙游等纷纷“出圈”。

卡塔尔旅游认知度低

大众对卡塔尔的认知停留在「豪」无人性，但对卡塔尔究竟有什么新鲜好玩的体验认知很少。



达人种草　团购套餐

目的地推荐　促销

垂类广告投放　快闪

洞察1 虚拟人话题高 热度持续高涨，成为年轻群体追捧对象

- 2022年中国虚拟人带动产业市场规模1866.1亿元，强劲增长。
- 粉丝以年轻群体为主，超77.2%表示会购买代言产品或周边。

以内容取胜的超写实虚拟人
虚拟人影响力排行榜前三
EASSY。

洞察2 情绪行热度高 年轻群体精神需求在旅游业体现明显

visit QATAR

丰富精彩体验的卡塔尔
可以满足年轻多种情绪价值

情 绪 旅 行

满足某种情绪价值
成为年轻人旅游的内在驱动

大唐-猎奇

围炉-治愈

有风-松弛

寺庙-寄托

策 略

洞察1

虚拟人话题高
EASSY影响力排名前三

QATAR

丰富精彩
满足多种情绪价值

洞察2

情绪旅行热度高
情绪价值内在驱动旅行

EASSY的卡塔尔旅行日记

EASSY探索精神×卡塔尔多元精彩
卡塔尔目的地营销出圈大事件

邀请用户和虚拟人EASSY一起走入卡塔尔
以跨界内容营销辐射全网消费者

引领 - 交互 - 发酵，打造目的地营销新体验

引领

21大景点奇趣探索
满足出行情绪价值

交互

有奖H5逐级点亮
沉浸式探图卡塔尔

发酵

KOL联动双微发酵
打造营销出圈话题

创新数字虚拟人+文旅，以EASSY旅行日记形式

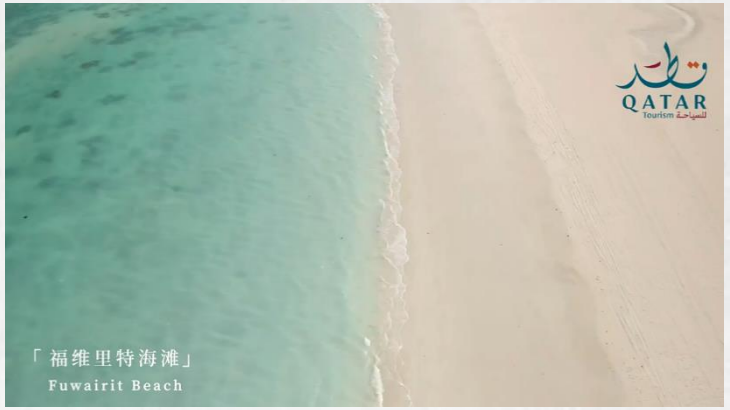
从出行、购物、住宿到饮食，沉浸式解锁卡塔尔精彩，全方位拉满旅游体验。

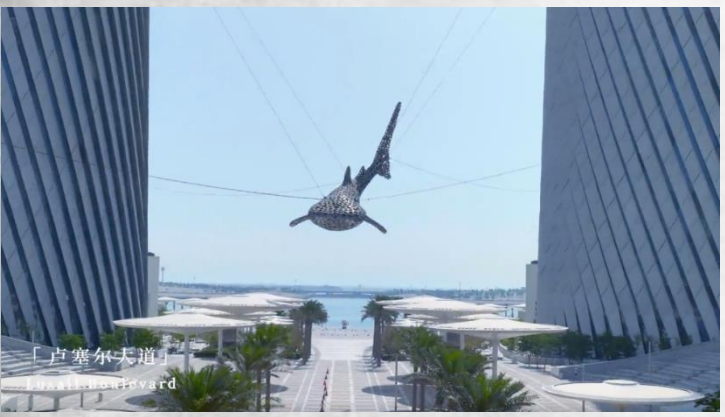
引 领　EASSY 短视频「探」卡塔尔

六支视频六维体验，带用户沉浸式探索多元精彩

引 领　EASSY 短视频「探」卡塔尔

21大景点全覆盖，绝美卡塔尔视觉先“体验”





交 互　旅游日记 H5 「点亮」卡塔尔

隐藏拼图碎片触发惊喜抽奖，激活用户指尖探图卡塔尔

观看视频 » 掉落碎片 » 点亮地图 » 合成抽奖

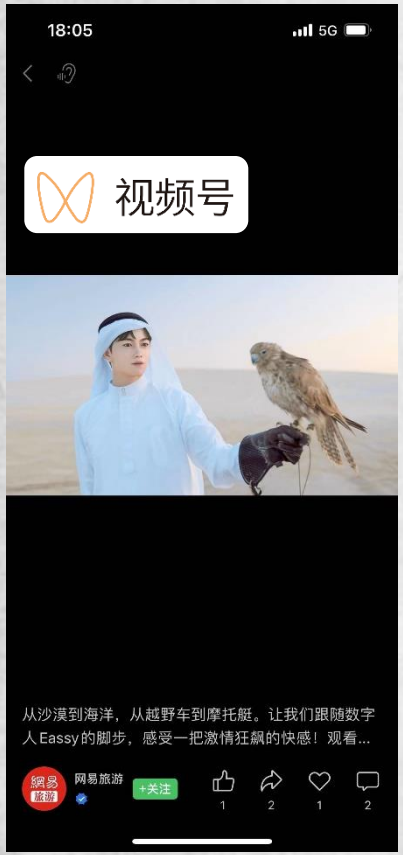
交 互　旅游日记 H5 「点亮」卡塔尔

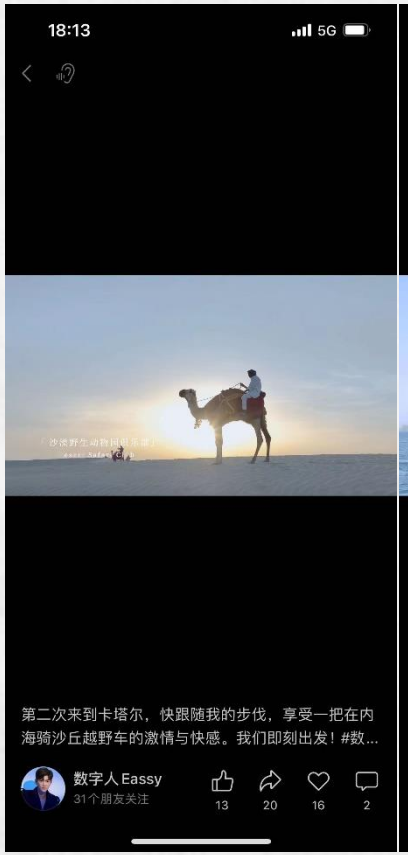
卡塔尔多元特色奖品，引爆用户交互及二创

免费机酒直接前往卡塔尔

发 酵　KOL全网「议」卡塔尔

视频号+抖音多账号发布短视频，有效提升内容曝光

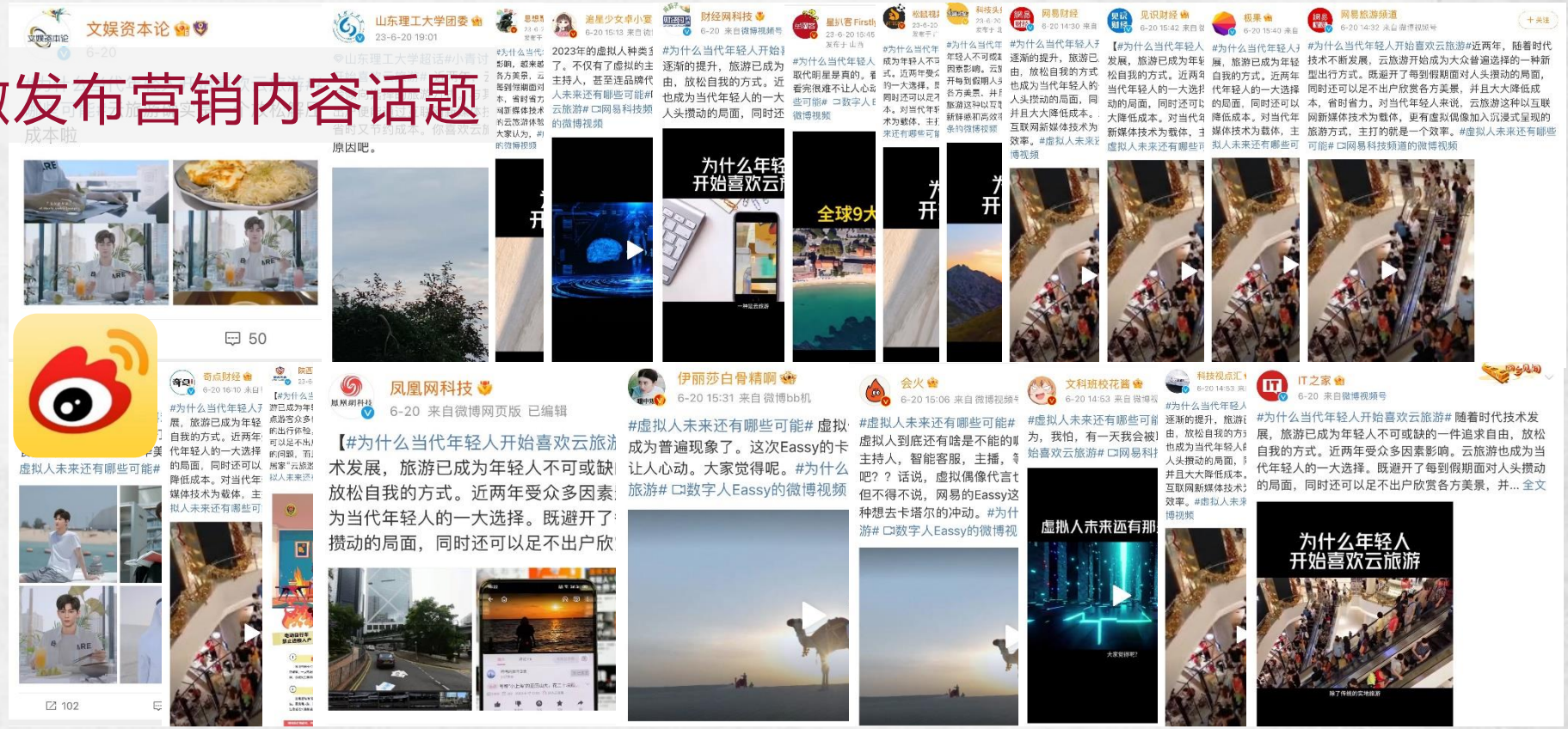




发 酵　KOL全网「议」卡塔尔

微信+微博传播内容及短视频，全面引爆话题出圈

22大账号　双微发布营销内容话题



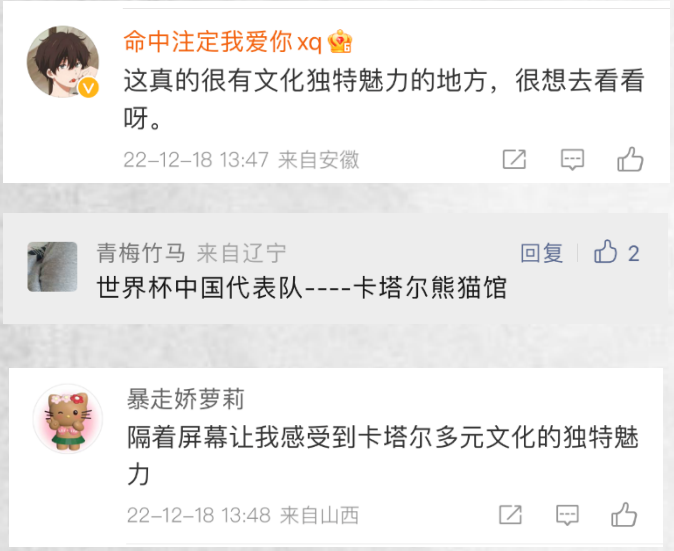
效果&反馈

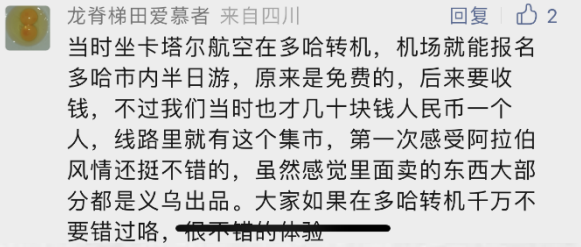
微博话题阅读突破 887,410,000 多次

上线首日，喜提 微博热搜

成功实现卡塔尔目的地营销出圈。

为什么当代年轻人开始喜欢云旅游 121223



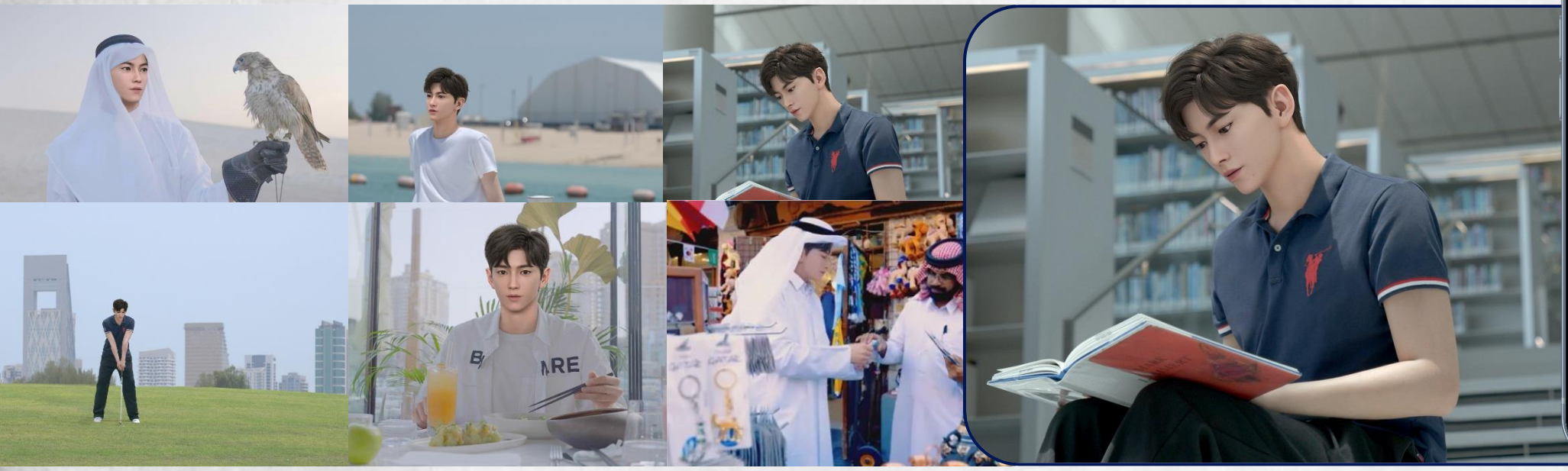


效果&反馈

营销总曝光 1.2亿+，

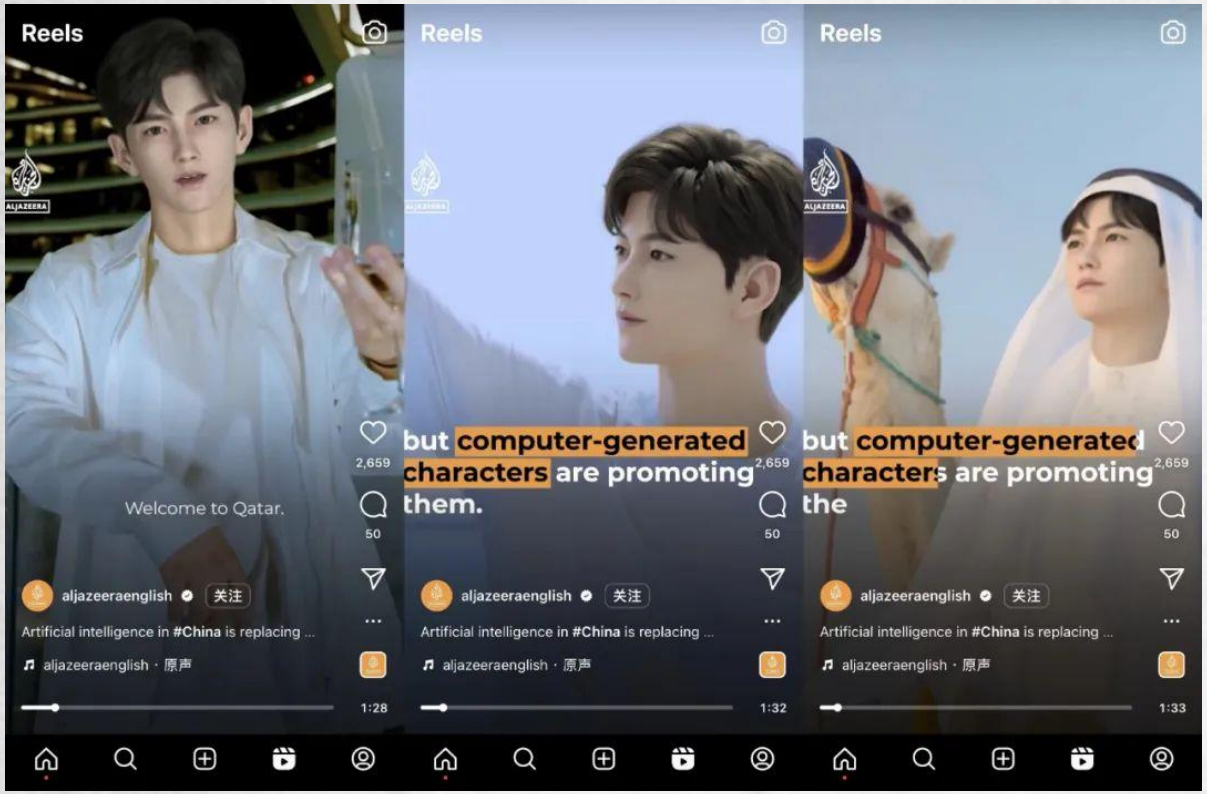
EASSY卡塔尔文旅视频大片全网播放 19,753,000 次，

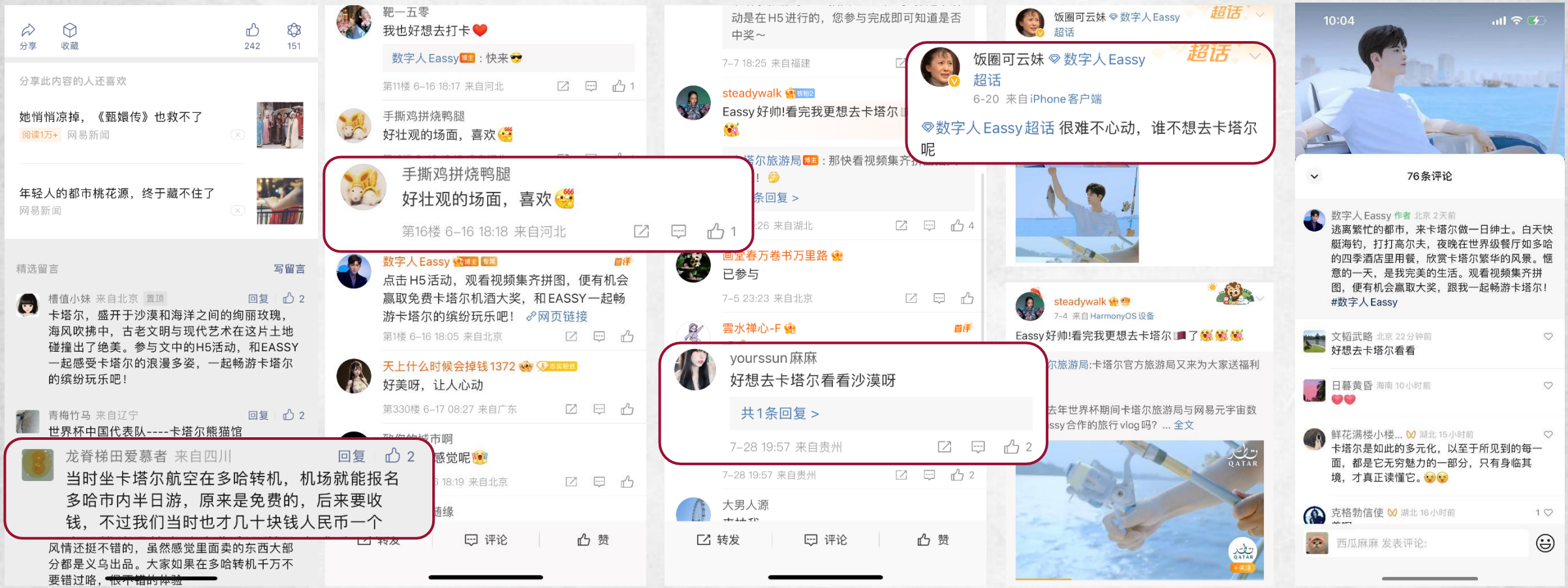
143,000 万多人参与H5活动抽奖。



效果&反馈

阿拉伯半岛电视台官方下场转发，多平台及大号自发为项目发稿。



效果&反馈

营销影响力持续扩散，全面种草年轻心智，收获卡塔尔向往式好评。