

携程旅行×墨鱼丸视频 每天旅行一分钟营销推广项目

- ◆ **品牌名称:** 携程旅游网络技术（上海）有限公司
- ◆ **所属行业:** 旅游
- ◆ **执行时间:** 2022.06.29-07.25
- ◆ **参选类别:** 网络平台及服务类

携程 X 墨鱼丸视频

「每天旅行一分钟」

营销推广项目



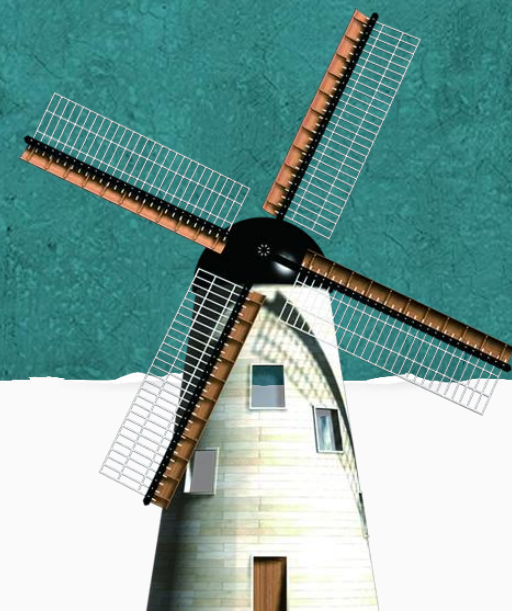
“

案例背景

RÖHREN.TV

Björn Tritschler
Christian Seewald

Wir sind online,
aber noch immer
im Aufbau...
Schaut trotzdem
rein!



携程：一站式解决出行需求，旅游行业当之无愧的TOP1

The image shows a screenshot of the Ctrip (携程旅行) website interface. Overlaid on the screenshot are several yellow circles of varying sizes, each containing a Chinese label for a service category. The largest circle in the center is labeled '住宿预订' (Accommodation Booking). Other circles include '交通票务' (Transportation Tickets), '商旅管理' (Business Travel Management), '旅游度假' (Travel Vacation), '顾问' (Advisor), '内容' (Content), and '金融' (Finance). The website background shows a search bar, navigation menu, and a hotel booking form with fields for destination (上海), check-in date (8月2), and room type (1间, 1位).

携程旅行

搜索任何旅游相关

请登录 注册 我的订单

无障碍

预订酒店

目的地/酒店名称
上海

入住
8月2

放心住

商旅管理

北海香格里拉大...
¥735.0起

交通票务

住宿预订

旅游度假

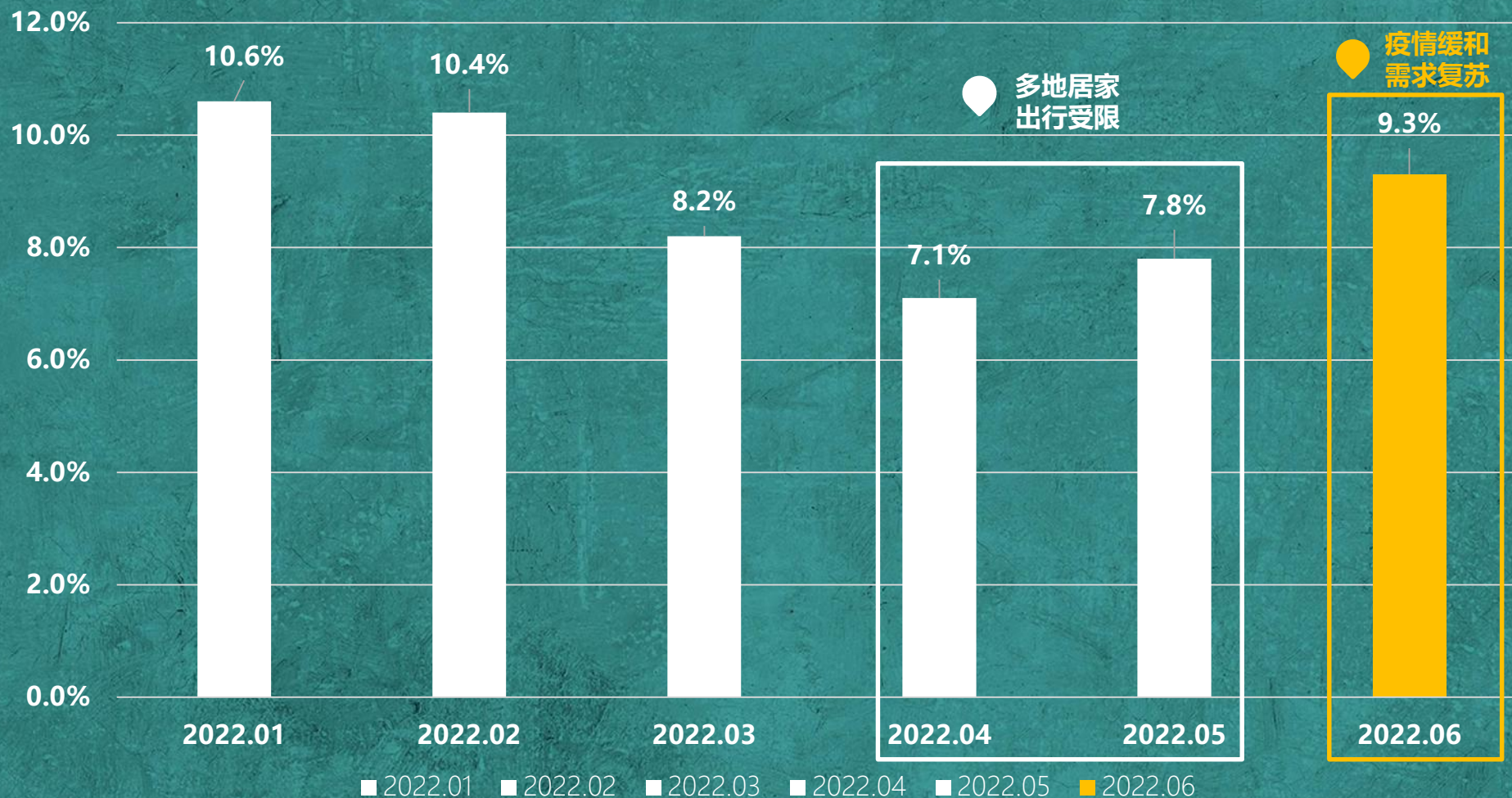
顾问

内容

金融

各地疫情防控高效，大众对旅游的兴趣在波动中反弹，旅游行业复苏在即

■ 互联网用户对旅游的兴趣偏好占比



央行等多部门发文支持文旅业恢复发展，多项支持政策出台

金融支持、信贷供给、融资渠道等方面提供支持

《关于金融支持文化旅游行业恢复发展的通知》

优化全国年节和法定节假日时间分布格局、规划建设环城市休闲度假带、开发数字化文旅消费新场景等

《国民旅游休闲发展纲要（2022—2030年）》

宣布恢复了旅行社和在线旅游企业经营旅游专列业务；公布了第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

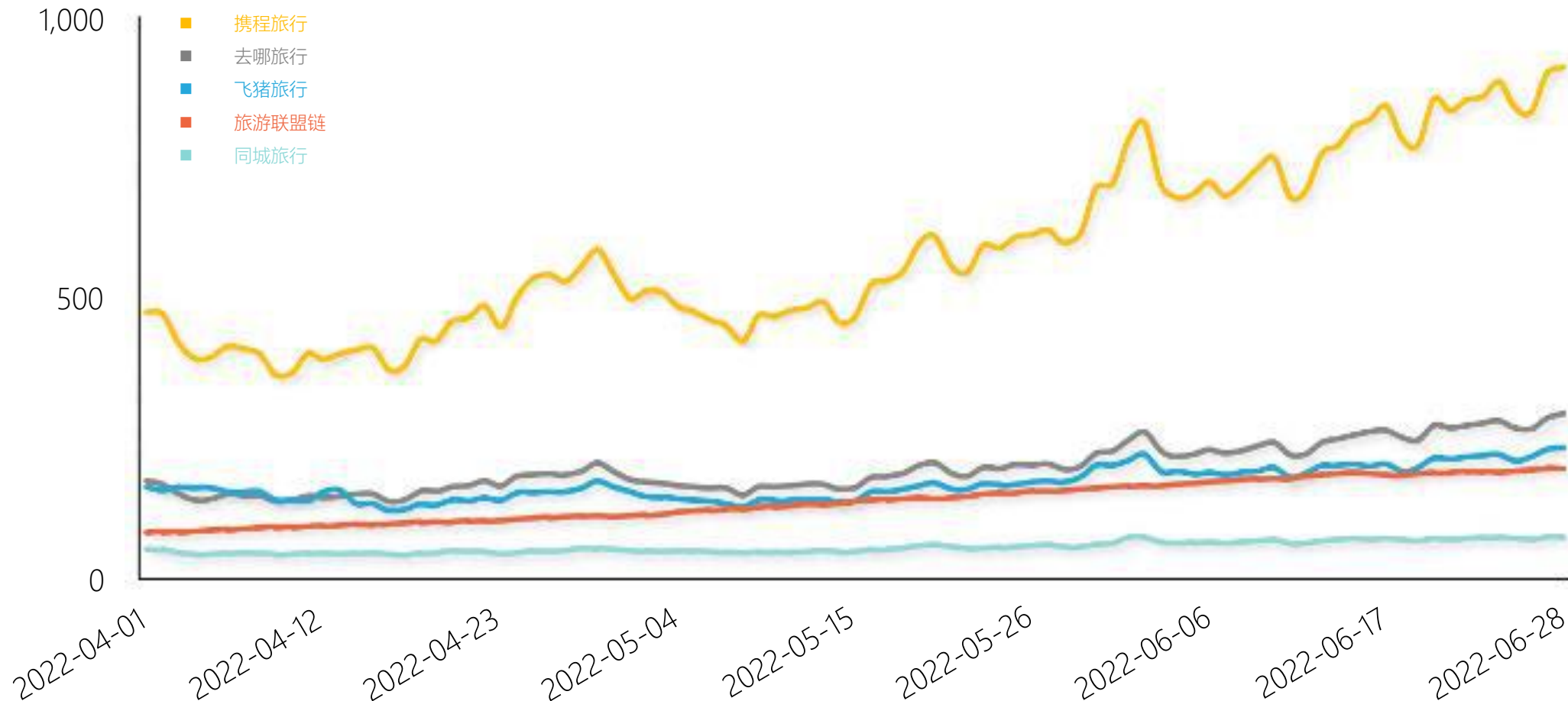
文旅部



在线旅游行业趋势向好，携程作为行业TOP1日活上升明显

单位：万

■ 在线旅游行业TOP5 APP日活跃用户规模趋势



推广目标

营销机会来临

360智慧商业

助力携程旅行

激发旅游消费市场

促进产品售卖





推广分析 与策略



策略思考

“ 激发旅游消费市场促进产品售卖 ”

Who

触达什么圈层的
消费群体

Where

选择什么类型的
媒介资源

What

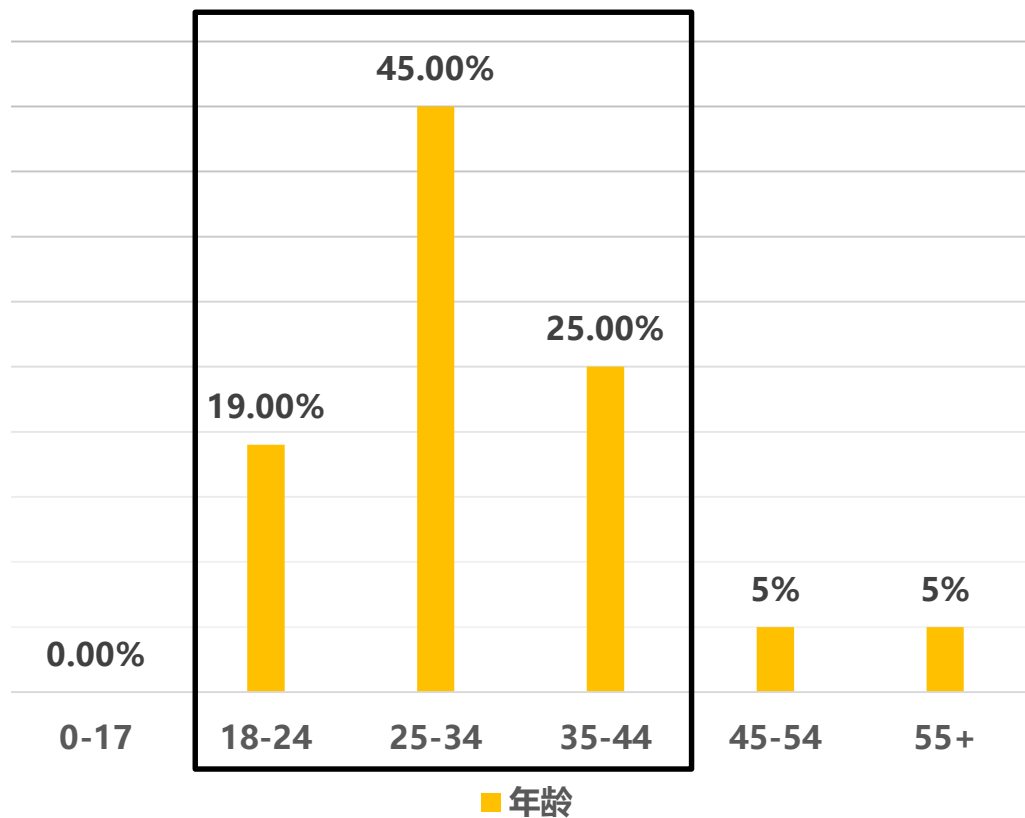
使用什么样式的
广告素材



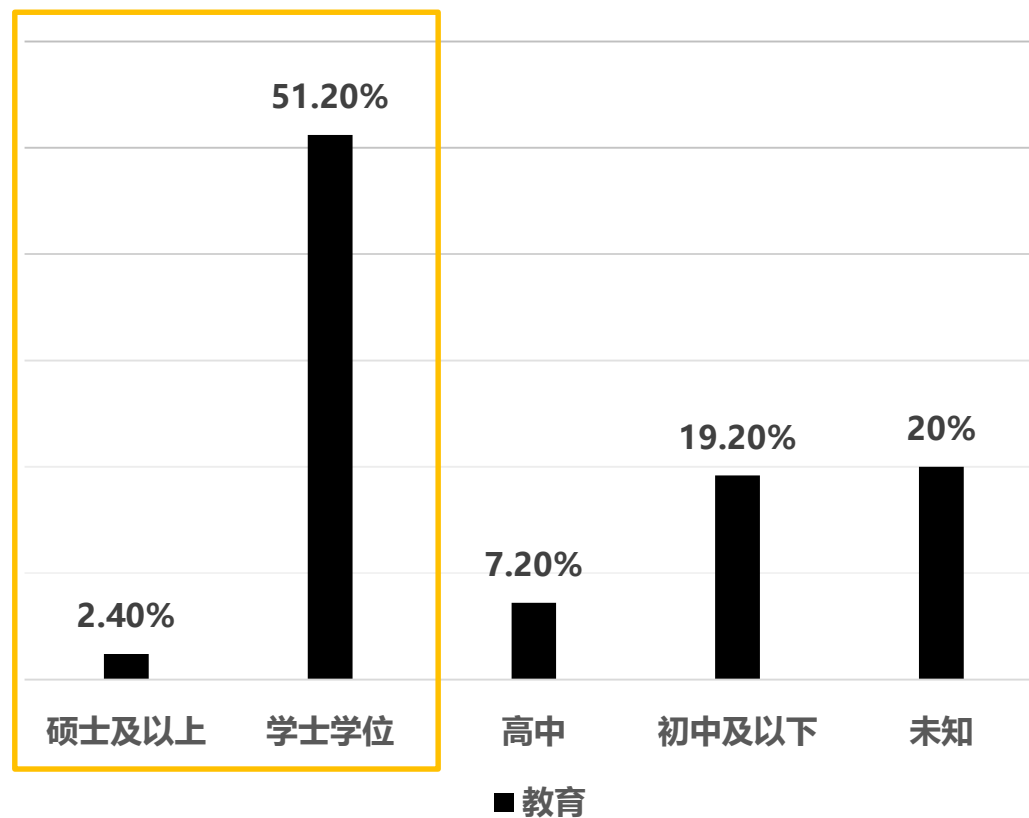
18-44岁高学历的白领上班族是旅游行业消费主力人群

Who

18-44岁占比近9成



本科及以上学历超50%



PC独占办公场景，锁定上班族营销黄金8小时

Who

出行场景 1 小时



办公场景 8 小时
碎片化娱乐场景「午休」 1 小时

出行场景 1 小时

家庭场景 4 小时



8:00
出门上班



9:00
到达公司



12:00
开始午休



13:00
继续办公



18:00
下班回家



19:00
回到家中



23:00
进入睡眠

目标人群高效触达

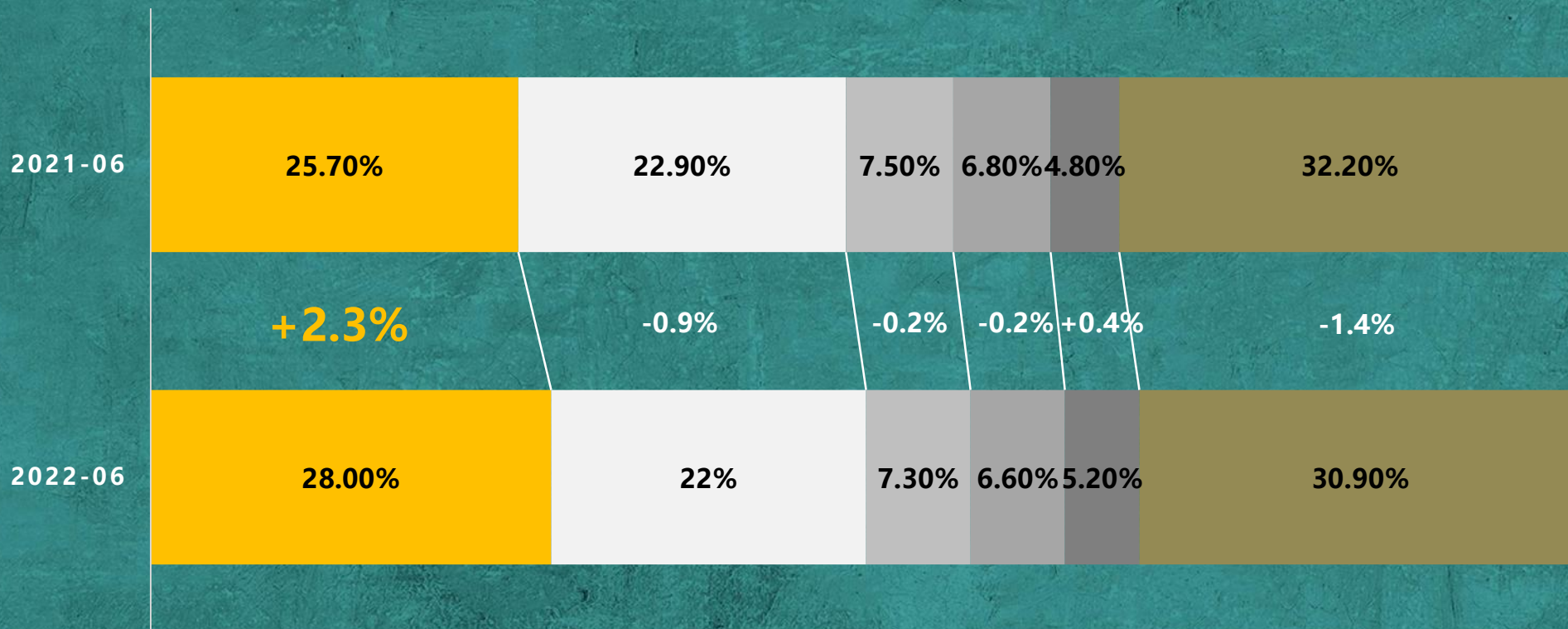


短视频用户使用总时长占比达近三成，成为刺激消费复苏的重要手段

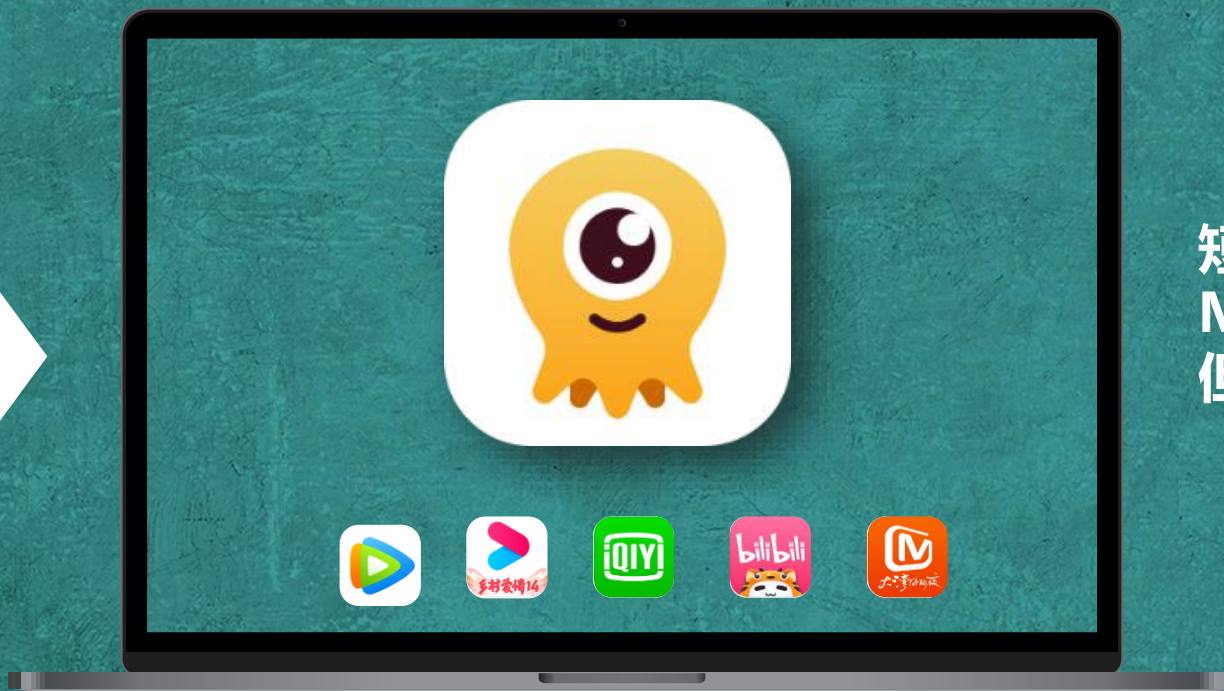
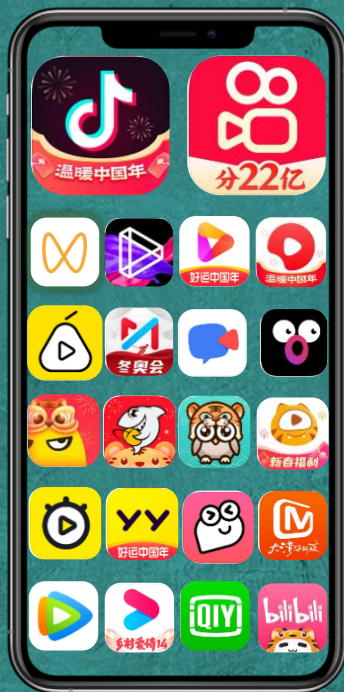
Where

中国移动互联网细分行业用户使用总时长占比

■ 短视频 ■ 即时通讯 ■ 综合资讯 ■ 在线视频 ■ 综合电商 ■ 其他

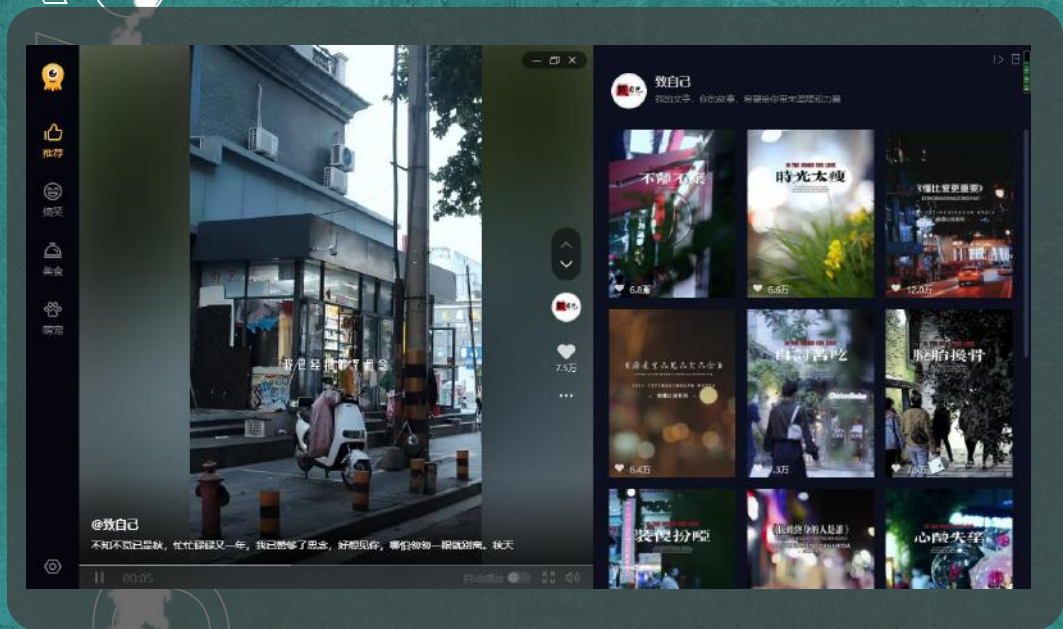


匹配用户偏好,占领短视频流量新洼地



短视频战场
MOB端已溢出饱和
但PC端仍有流量洼地

墨鱼丸视频，PC端的治愈神器



新姿势

颈椎友好 舒适刷屏



多模式

大屏全景 按需设置



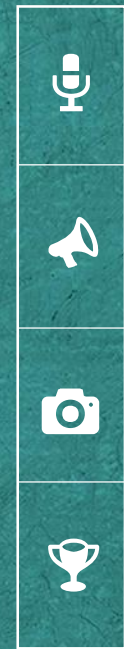
新功能

定制热键 随心操作



新内容

奇趣世界 随心选择

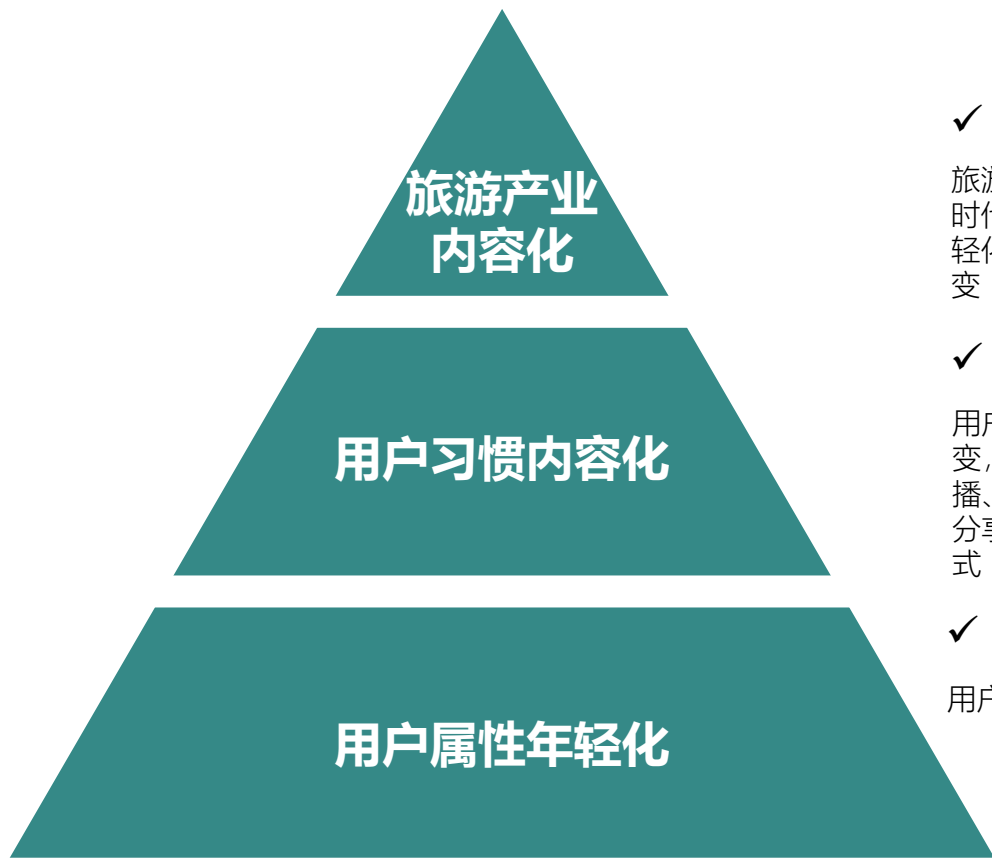


DAU 1000万+

资源选择

旅游行业用户消费偏好习惯逐步趋向内容化

What



✓ 产业发展

旅游产业必须适应时代大战，进行年轻化和内容化的转变

✓ 用户习惯

用户行为发生改变，愈加习惯直播、短视频、图文分享等内容传播方式

✓ 用户属性

用户逐渐年轻化



盘活携程文旅IP优质素材，用内容打动用户

What



营销策略

人_{Who}

场_{Where}

货_{What}

“找到白领上班族在短视频媒介进行内容化沟通”



营销主题

每天旅行
1分钟

“

聚焦核心消费人群营销场景，
利用PC短视频媒介流量优势，
用内容打动用户，
唤起出行欲望，刺激消费转化



“



案例执行

RÖHREN.TV

Björn Tritschler
Christian Seewald

Wir sind online,
aber noch immer
im Aufbau...
Schaut trotzdem
rein!

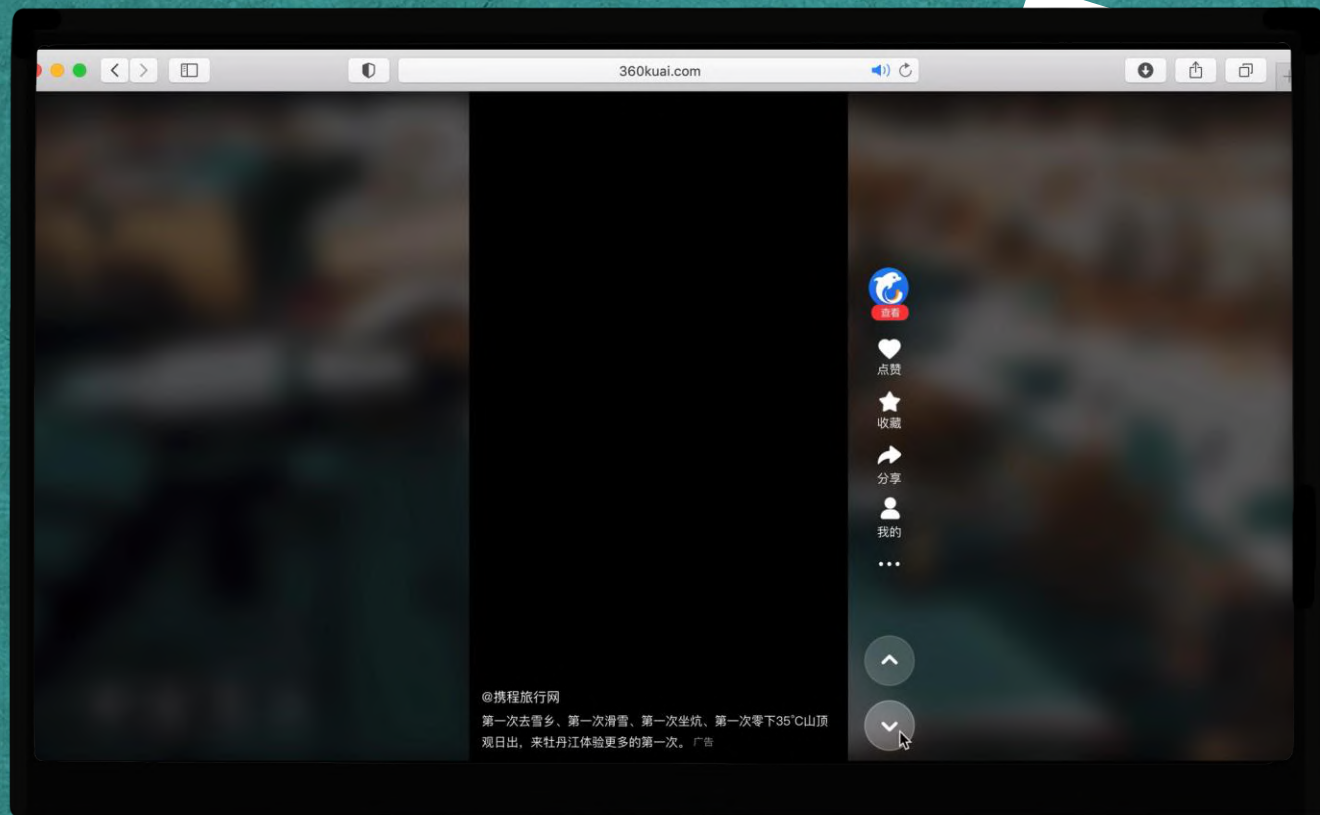


强植入用户观看路径，瞬间一览城市魅力



墨鱼丸视频

墨鱼丸内上线【在城市】系列短片，每日推送，用户点击后即可跳转至携程官网相关专题，用户可浏览更多信息的同时方便下单。



30天高频触达充足曝光强化感知

携程自有IP「在城市」系列，国内游降低出行门槛



10城总有1城唤起出行欲望

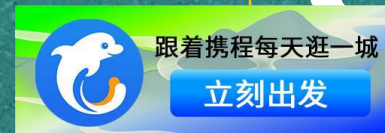
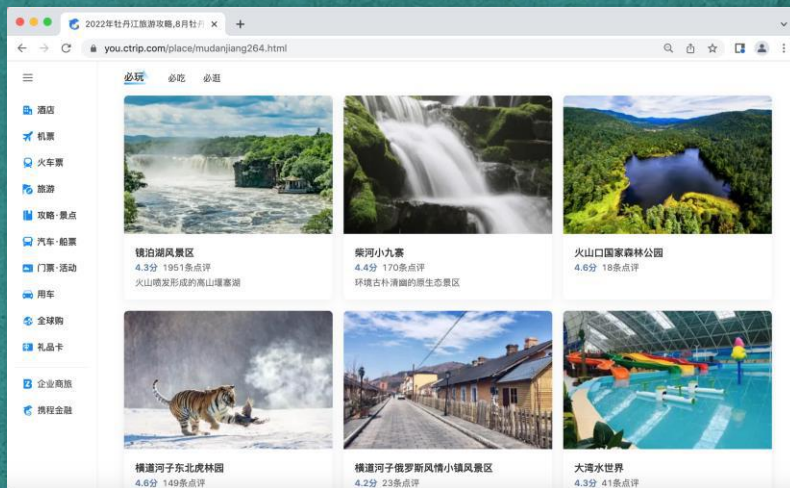
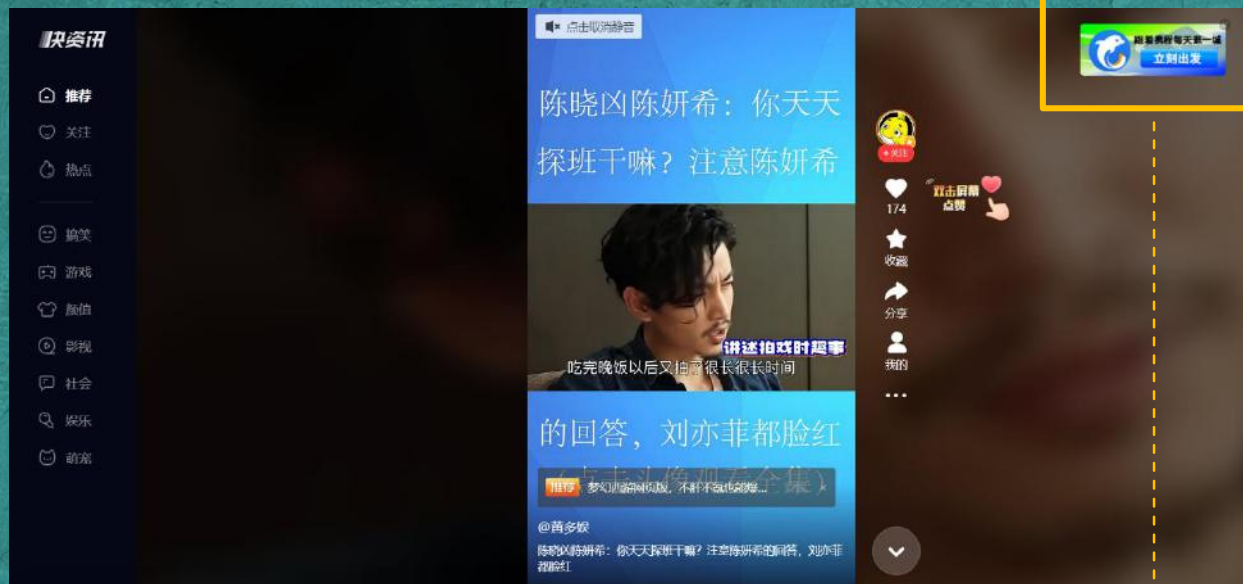
活动主题ICON露出，一键跳转收获更多资讯



墨鱼丸视频

配置活动广告磁贴，在热门视频进行展示曝光，引流用户点击跳转了解更多活动详情，刺激转化。

关联热门视频 实现热度引流



推广效果



好内容+好平台推广效果MAX

曝光

6705万+

完播

11.06%

CTR均值

环比增长

4.621倍

*短视频样式对比其他常规文字信息流CTR均值



营销总结

当旅游营销出现

天时

疫情缓和
政策支持

360智慧商业利用资源优势助力携程创造

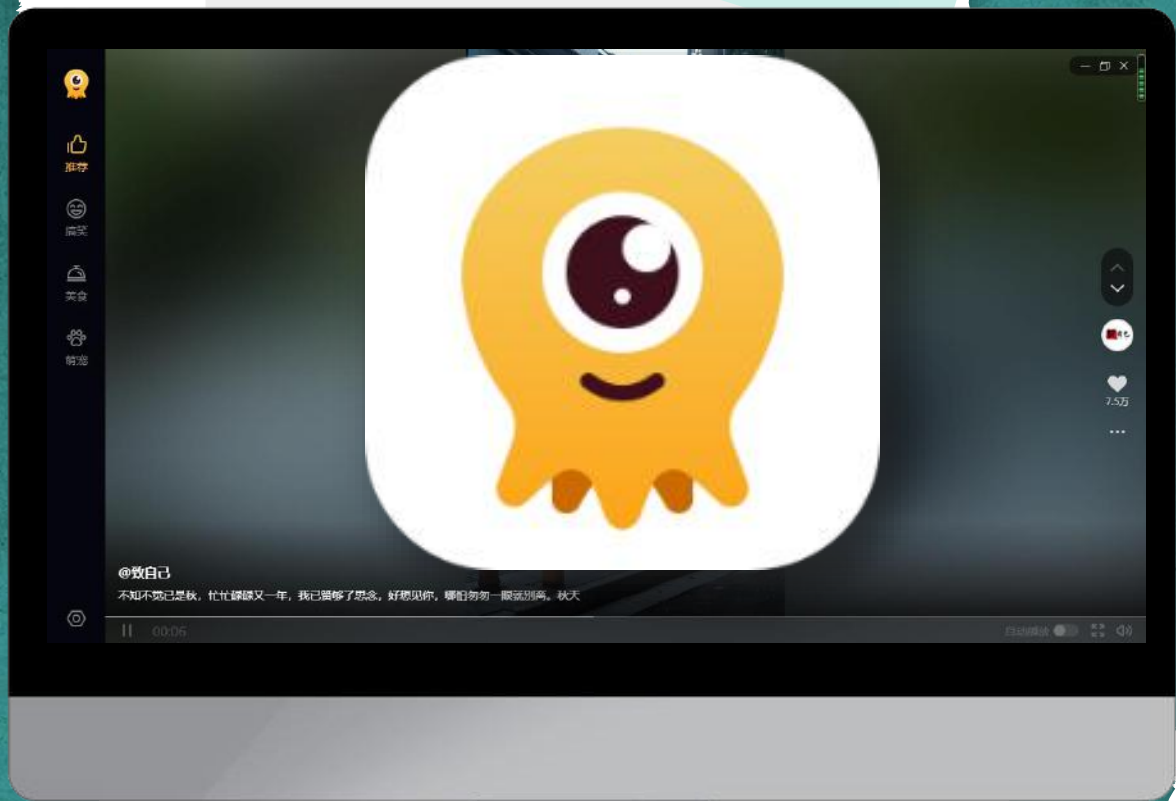
地利

聚焦高价值办公场景
匹配优质流量资源

人和

满足消费者短视频
内容化偏好需求

成功完成一次高效的品牌营销战役



拥抱用户消费行为的转变

迎合市场短视频营销趋势

墨鱼丸视频应运而生

PC端的短视频流量新洼地

助力品牌实现品效合一

墨鱼丸视频 PC短视频流量新洼地

墨鱼丸视频 PC短视频流量新洼地

墨鱼丸视频 PC短视频流量新洼地

Thanks for watching

感谢观看

