**小米×飞猪，一步直达·省心到家**

**广 告 主：**飞猪

**所属行业：**旅游

**执行时间：**2020.12.15-2021.01.20

**参选类别：**效果营销类

**营销背景**

**1-客户品牌背景**

飞猪是国内top级别一站式旅行服务平台，结合阿里大生态优势，旨在通过互联网算法工具与技术手段为年轻一代提供轻快、省心、便捷的即时与定制旅游服务。

**2-行业挑战**

目前在线旅游行业呈现一超两强格局，头部玩家以携程系、美团系和飞猪为主。从市场覆盖率和用户粘性维度上看，携程系占据在线旅游市场半臂江山，有一定竞争优势。飞猪在存量市场中若想破圈，吸引用户下载飞猪，急需在春运期间借助节日热点尝试获取获得更多的用户认知与尝试。

**营销目标**

**1-流量曝光**

扩大声量，引起关注。

**2-引导转换**

品效结合，有效转化。

**3-提升品牌形象**

让品牌形象深入人心。

**策略与创意**

**1-市场洞察**

春运热点是一场“中国式迁徙”，带来超过30亿人次的出行机遇。国家发改委报告显示，2020年春运全国旅客发送量约30亿人次，比上年略增。在所有的交通出行方式中，铁路是最具性价比的核心返乡选择之一。

**2-用户洞察**

每年的春运期间铁路票源异常经常，一票难求是春运永恒的话题，许多在外返乡务工人员为抢一张火车票费劲心思。至此期间，用户最需要省心、快捷、一步直达的购票服务。

**【营销策略】**

**1-Big Idea**

推出【一步直达 · 省心到家】主题，通过小米平台三大资源优势助力飞猪建立“春运购票首选”的品牌形象。

**2-创意策略**

在**【一步直达，省心到家】**主题驱动下，从扩大市场声量、促进效果转化、建立品牌好感三个维度打通小米全域营销组合拳，提高曝光、建立消费者认知并深化品牌形象，帮助飞猪实现品效合一传播效果。



**执行过程/媒体表现**

**1-执行亮点一：全域预热，全面唤醒**

**1）应用商店全链路布局，贯穿激活用户需求。**



**2）OTT大屏机即见，带给家庭场景震撼曝光**



**3）全场景巨量展现，手机端开屏辅助直达移动应用场景**



**2-执行亮点二：一步直达，轻操作强转化**

**1）打开日历，一步直达。**精选与购票逻辑完美匹配的日历场景，打卡日历下方即出现购票卡片。



**2）语音一下，一步直达。**购票，从此简单成一句话的事儿。告诉小爱同学关键词，如“我要抢票”，即可轻松跳转购票抢票页面。



**3）搜索一下，一步直达。**全局搜索广告预埋，打开搜索界面即见用户优惠，点击福利直接跳转购票页面。



**4）消息推送，一步直达。**系统级优化，针对已安装飞猪用户，进行海量Push消息精准推送，用户点击消息即可轻松跳转购票页面。



**3-执行亮点三：暖心互动，形象升级**

**1）发起暖心行动，送米粉回家！**线上下联动赢得好感，内外媒体资源联合传播，充分曝光导流。

**2）贴心伴手礼联合亲情巴士专线**，让米粉感受到来自小米与飞猪的品牌温度。



**营销效果与市场反馈**

全目标超预期达成，小米助力飞猪实现曝光声量、转化效果、品牌形象三个维度的全面升级。

1）曝光超预期。**97亿曝光量级，**整合丰富场景触达，达成海量曝光展现。

2）效果超预期。**1374万总点、145万总下载，**高效引导转化路径，实现有效转化效果。

3）品牌提升超预期。**话题获得5880点赞数，**线上线下暖心活动，赢得用户好评喜爱。