

小米×2020春运，抢票神器三连发！

- ◆ **品牌名称：**去哪儿
- ◆ **所属行业：**旅游服务
- ◆ **执行时间：**2019.12.12-2020.01.10
- ◆ **参选类别：**客户体验类

2020春节抢票依旧很难

春节数以亿计的
国人需要回家团圆

2020春运依旧一票难求

各大抢票平台
繁琐的抢票流程及不
定时放票规则

春节面对家人们的期盼

“如何顺利回家过年”充满了“不确定性”

品牌环境



自2016年6月，去哪儿网推出独立火车票业务，经过几年的发展，去哪儿网已经完全具备抢票、购票、个性化选座等服务。

但在春运期间除了12306官方订票软件之外，至少还有58家平台推出了抢票软件，并且推出了有偿抢票服务。

春节期间去哪儿旅行APP如何强势发声？

如何快速抢占用户的信任留存？

体验升级显得至关重要

目标

- 为用户春运难题提供有效解决办法，从而提高去哪儿APP火车票订单量。
- 提升去哪儿APP的下载量及激活量。
- 在春节的节日营销中脱颖而出，打造创新的营销方式。

合作契机



手机厂商系统级应用工具

AI语音、负一屏、日历的开发、开放

创新技术优化用户体验

最短路径，一键购票

手机是APP分发的天然土壤

为品牌提供高粘度用户转化

营销策略

最短路径，一步直达

三大手机系统级应用工具，以服务用户角度高效获客转化

AI语音工具

小爱同学

一句话，解决所有事

一步直达
24×7小时持续监测

生活管理工具

负一屏

新闻、购物、出行等信息
入口

右滑一下，入口直达

时间管理工具

手机日历

买票第一步

买票之前看了眼日历
抢占用户第一视野

具体执行

【系统工具一】AI语音工具，一句话直达抢票

“一句话”直达购票，缩短购票路径

7X24H自动抢票，提升购票成功率



具体执行

AI语音购票流程



对小爱说出“我要抢票”

小爱提示下载去哪儿

进入去哪儿春运抢票页面，小爱悬浮球出现

订票完成后，小爱悬浮球实时悬浮桌面

点击小爱悬浮球，随时查看抢票情况

抢票成功

具体执行

【系统工具二】负一屏——贴身事务助理，入口直达，高效转化

右滑进入负一屏



新用户下载

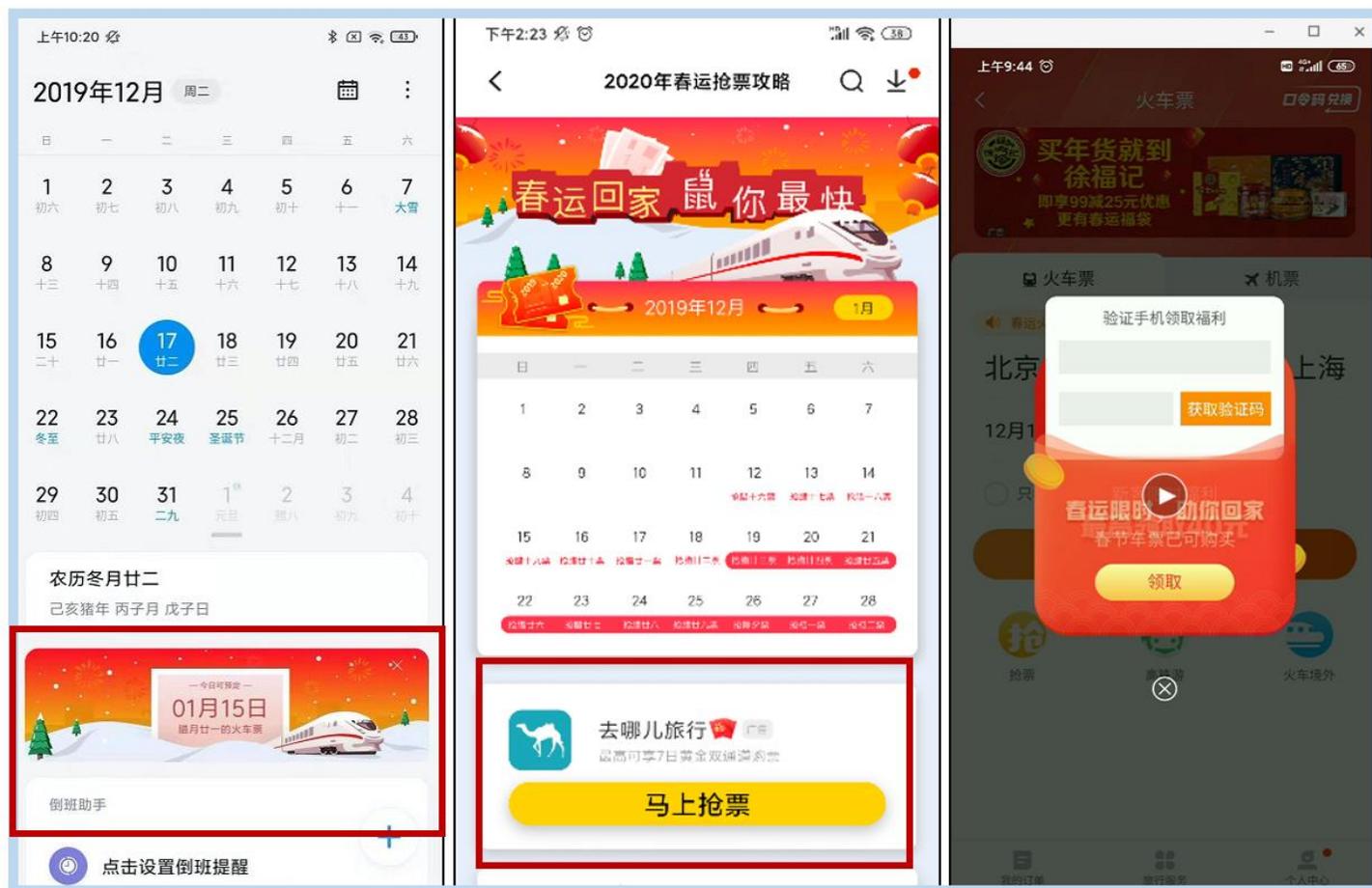


直达抢票界面



具体执行

【系统工具三】手机日历——买票第一步，抢占用户第一视野



具体执行

小米系社会化营销推广，精准触达米粉

【小米手机微博】



【小爱同学微博】



【小米社区微博】



【小米社区公众号】



营销效果

紧密贴合用户需求的营销服务，收获品效双丰收



总曝光量

16亿+

用户调起

395w+

下载量

40w+

成功抢票

50w+

*以上数据来自后台数据+客户提供数据，并经客户认可

亮点分析



通过手机三大系统级工具，
不仅帮助去哪儿在春节期间快速吸引一大批用户，
且有效帮助去哪儿在春运期间建立消费者认知和消费信任，提升品牌力。



两大品牌的强强联合，既有效地帮助用户春节期间顺利回家，又成功为出行旅游行业发展提供了新的解题思路和探索。



春运更是跟每一个国人相关，全新的抢票功能，将会推动全民春节出行的便捷性，提升全民春节节日的幸福感和安全感。