



Top
Mobile
Awards

去哪儿网2020年新年品牌营销方案

- ◆ **品牌名称:** 去哪儿网
- ◆ **所属行业:** 旅游
- ◆ **执行时间:** 2019.12-2020.01
- ◆ **参选类别:** 互动体验类

春节期间是OTA平台必争之地，但近两年疲态渐显

Q: 18、19年春运订单量上涨，流量略减



春运期间是用户机火刚需

#1 稳固上涨势头，扩大流量入口

#2 品牌发声，持续做年轻人群的沟通，引入新流量

新春(春节)这一仗，不能缺席

现实情况：业务功能较难发声

火车票	机票	酒店	目的地
双通道购票 老客垫付	增值服务(快速安检) 国际机票价格有优势、全球比价	1.预售大额券 2.异地年夜饭, 订酒店送 3. 周边/门票, 红包雨	度假\异地过年、错峰游、 低价日历
铁总禁言抢票、加速 无功能优势	国内机票无低价优势	优惠感知不明显	优惠感知不明显

价值主张

省, 便宜

覆盖人群

春运人流

目标用户

年轻人

创意表达

有趣

去哪儿新春盲盒

借势年轻人群中大热的“盲盒”概念

去哪儿旅行 2020春运盲盒，开三亿回家奇葩礼

- 【本质】悬念盲盒，趣味发券，圈定用户，引入流量
- 【获取】用户免费获得盲盒，开盒获出行券，激励下单转化
- 【内含】出行代金券+趣味实物礼品
- 【矩阵】联合快消、互联网积分平台等各类品牌打造活动矩阵



营销法宝：品牌联合

▶ 接入**30+**互联网平台会员\积分体系，流量加持，曝光**8420W+**，UV**761W+**，发券量**166W+**

互联网平台会员积分体系流量加持

中移互联网	网易云音乐	乐虎
山东移动	腾讯音乐	腾讯视频
哈啰单车	乐信	微医
哈啰助力车	福禄网络	肯德基
嘀嗒拼车	芒果TV	奥金
多看阅读	滴滴	中信银行
爱奇艺	Keep	58同城
优酷	联通支付	山东移动
中移金科	中国移动和彩云	鼎信
oppo	中国移动和包支付	国美
咪咕阅读	泊寓公寓	

70+品牌联合，抱团赋能

▶ **40+**快消\互联网品牌深度合作，品牌联合发声，传播惊奇效果



作者：马南南 / 黄执中 / 周玄毅 / 邱晨 / 胡昕逸
 出版社：北京联合出版公司
 副标题：简单有效的高情商沟通术
 出版年：2018-9
 页数：279
 定价：55.00元
 装帧：精装
 ISBN: 9787559625632



12.10

12.13

12.15 12.20

12.23

1.3

预热：回家必拜神鞋

1. 黄牛发声：打造其神奇属性
2. 外围用户跟进扩散：求神鞋，早回家；
3. 鞋可通过盲盒获得，即将上线



上线：新春盲盒，全民猎奇

1. 各接入app资源上线，各品牌跟进发声
2. 第一波拆盲盒（回家/旅行必备）晒奇葩礼品
3. 出行爆品的传播：市场价\去哪儿价\盲盒价

发酵：话题热搜，扩散引流

话题炒作：#春运盲盒#

- 部分用户开出“北京-欧洲999块”、“北京-美国999块”，koc扩散
- 冲热搜，让更多人看到去领盲盒；koc配合晒一些开出的奇葩礼品-用户晒图：去哪儿X鄂尔多斯-薅出真羊毛，段子手排队转发



爆发：短期集中大曝光

抖音\快手：曝光+带货，高效 reach TA
kol+硬广资源短期高曝光

整点开盒更高几率

第一轮 第二轮 小年夜第三轮

延续：品牌加码抽锦鲤

第二波蓝v转发加码抽锦鲤，刺激兑换



第二阶段：心愿盲盒

奇葩心愿盒，送你回家



一、炒作话题-回家必拜神鞋

打造“欧气锦鲤鞋”概念，豆瓣素人发帖发酵，微博话题顺势引导，引发二次转发讨论，回家必拜回去鞋，相关话题#春运锦鲤来了#阅读量6200W+。

微信公众号

大V朋友圈

豆瓣发酵

2019太背了新年转运看这里，宁可信其有啊姐妹们!!!

朋友公司搞活动送了一双鞋，得这配色还挺好看，而且马上要过年了，鞋盒上“回去”这俩字对于外地学生党来说，真的有点关怀到~

于是今天就穿了这双鞋出门---

小红书

微博引爆

数英定调

#春运锦鲤来了#
阅读6207.8万 讨论4.9万
主持人：沃世小女孩

二、走心视频，自然水上热搜

春节**暖心&痛点**情感营销双管齐下。暖心街采《春节回去的100个理由》情怀取胜，《春运回家难皮书》击中当下痛点，去哪儿顺势成立有关部门“你的回家只与我有关”，引出春运盲盒活动。



#春节回去的100个理由#
 阅读3937.5万 讨论1.6万 详情>
 主持人：去哪儿网

今年#春运全国短信发送量将达30亿人次#！面对这么多的困难，传说中最神秘的“有关”部门正式上线！无论你来自哪里，无论你有什么身份，只要是在春运路上发生的事，都与我们有关。无论你是霸道总裁，只是天生任性。今日，我正式宣布，你的2020新年，由我承担了！#春运盲盒#

你的回家只与我有关

压岁钱	父母	年夜饭
朋友聚会	看春晚	
红包	相亲	买双新鞋

春节回去的100个理由

视频链接：
<https://v.qq.com/x/page/q3037fv56no.html>

三、盲盒正式上线，40+品牌&用户全民互动

网易猪肉、世纪佳缘会员卡.....春运盲盒奇葩好礼引发网友微博晒单讨论，#春运盲盒#话题阅读1.5亿，时尚、旅游、种草、营销类微信大V跟进热议。





#春运盲盒#
阅读1.5亿 讨论10.4万 [详情>](#)
主持人：欢世小妹妹



40+品牌联合发声，送出吃喝玩乐3亿奇葩好礼，399元券包盲盒抽，春运，和年轻人玩在一起！



30+ 蓝V联合，加码锦鲤

春运盲盒该活动联合**50+**家品牌：回力、御泥坊、马应龙眼霜、雷士照明、稻香村、田园居、锋味、小罐茶、飘柔等品牌，使去哪儿网品牌曝光过千万次。并发布终极锦鲤微博，邀请到中国移动，中国电信等千万级粉丝蓝V转发加码，最终单条微博阅读量**76W**，转发**1.1W**



去哪儿网 **#春运盲盒#** 阅读量1.5亿 讨论10.4万 详情> 主持人：扶世小女孩

中国电信 **#春运盲盒#** 5G选电信，新年更好玩
只与我有关系。中国电信为**#春运盲盒#**加码，关注@中国
日抽1位幸运粉丝送出【800元现金】！上去哪儿旅行开
- @微博抽奖平台
今天 11:00

金龙鱼 **#春运盲盒#** 今年回家，你的粮油只与小鱼~有关。
春运盲盒#锦鲤加码，送出金龙鱼年货粮油组合1份，转发
顺利回家-
12月25日 17:39

安慕斯 **#春运盲盒#** 不仅包早餐，万物皆可炒鸡蛋。今年
开盲盒赢大奖，免费吃鸡蛋！更安心放心的土鸡蛋。#
12月20日 16:48

滴滴 **#春运盲盒#** 烦恼满满，一路陪
去哪儿旅行开盲盒赢大奖，就有机会抽取惊喜好礼！
来关爱下这位“萌”友@台飞的西红柿牛腩回家车上奔
办。
12月20日 16:34

雷士照明 **#春运盲盒#** 归途漫长，有雷士的光，不孤单！@国家的光明，只与我有关系。上去
哪儿旅行开盲盒赢大奖，抽取护眼灯具，点亮温暖！
12月20日 17:97

去哪儿网 **#春运盲盒#** 有你陪，回家的路就不会孤单
12月20日 17:45

飘柔 Rejoice **#春运盲盒#** 过年头等大事，飘柔为你安排。上“去哪儿Lapp”，春运盲盒等你来
pick，更有机会获得飘柔护肤礼盒哦！你回家的飘柔，只与我有关系。
12月20日 16:36

去哪儿网 **#春运盲盒#** 头等大事，有飘柔就放心~
12月20日 16:40

winwin **#春运盲盒#** UN健野，美到家。今年回家，你的颜值美颜只与我有关系。上去哪
儿旅行开盲盒赢大奖，就有机会抽取新春惊喜礼盒！
12月20日 16:34

四、整点开盒创新玩法，拉高嗨点

三轮整点开盒互动集中引爆，传播期高潮迭起，单场超万人参与；锦鲤大奖一人独得，强势承包回家路

第一轮
12.24平安夜

锦鲤大奖
12.25圣诞节

第二轮
12.31跨年夜

第三轮
1.16小年夜

去哪儿旅行
2020春运盲盒 平安夜内部福利
中奖概率高达100%
拼手速，先到先得！
12月24日 20:00 第一波

圆梦今圆专场
KIMMY&MIKI盲盒 1000份
长草团日子日本限定系列盲盒 1000份
N多惊喜款，只待欧气选手

每人免费抽2次，转发分享朋友圈中奖率更高10倍！

去哪儿旅行
去哪儿2020春运盲盒
这就是家！为你准备的，比回家更暖心！

你的回家，只与我有关系

奖品清单

- 2000元去哪儿网全综旅行基金
- 去哪儿X回力联名球鞋10双
- GETOYS KIMMY & MIKI盲盒1个
- 杰士邦联名礼盒1份
- 霸王·花露水 小王子收音机1台
- 长草团日子日本限定系列盲盒1个
- 小罐茶礼盒1份
- 阿道夫品牌洗护新年系列1套
- 蔚来高级无线旅行2个
- 淳文野莓盲礼盒1份
- 御膳坊精华1份
- 月意味夹肉猪肉脯1箱

去哪儿旅行
2020春运盲盒 元旦跨年福利 第二波 (12)

12月31日 21:00 第一波

美颜养生场

- 蔚来X去哪儿联名礼盒 10份
- 蔚来多摩季主题甲 10份
- 康夫桶2.9L升级版 10个
- 成衣厚暖睡裤 50份
- 富士海胆寿司 200份
- 康家功牌牛 1500份
- 小罐茶礼盒 200份
- 马自达棉服 50份
- 御膳坊 327份

每人免费抽6次，转发分享朋友圈中奖率更高10倍！

微信群聊天截图1：展示了关于2020春运盲盒的讨论，提到了中奖概率和参与方式。

微信群聊天截图2：继续展示了群成员的互动和讨论。

去哪儿旅行
2020春运盲盒 小年夜福利 开出万元免单游大奖

中奖概率高达100%
1月16日 17:00
中奖概率高达100%!

BINGO!

五、娱乐营销+明星，小投放大曝光

与人气流量明星合作，扩大影响力，促进流量下单转化



免费户外大屏资源吸睛

老佛爷百货、凯德Mall购物中心、国瑞购物中心、三里屯SOHO商场



社交平台明星效应更显著

IP加持

与二十一世纪福克斯《变身特工》大电影IP形象相结合，抓住年前受众的精神High点，为活动带来一场“精神力量的高潮”



六、深度合作：字节跳动“发财中国年”



截至2020.2.11总计实现
有效曝光人次**2.61亿+**

抖音·KOL视频

KOL视频发布播放总量：1378.85万+



快手·挑战赛&信息流

挑战赛视频播放量324.8W，参与作品762



素人参与#过年回家带点啥#挑战赛

#过年回家带点啥#挑战赛



发现页信息流第4位挑战赛活动入口



发现页信息流第5位



七、暖心长尾：心愿盒

盲盒后期巧妙植入隐藏玩法心愿盒，收集网友的奇葩回家心愿，通过趣味魔性的奇葩回家理由GIF表情包与用户深度沟通利用社会热议话题引发集体共鸣；



PR媒体全覆盖 打造春运C位最强声量



最奇葩回家理由内容传播获得了全媒体共计29家平台持续的曝光与跟进，话题内容持续输出。网易新闻、快看报、今日头条、UC看点、搜狐新闻等客户端普发，多渠道传播声量最大化。

仅部分发布截图

传播效果

投入费用

300万+

全网曝光总量

5.12亿

触达人次

1.87亿+

盲盒参与兑换

62万+



导流页面UV600w+

新客占比70%

项目创新性

- 借势当下大热盲盒概念，为传统常规的礼券发放注入更多新奇趣味体验，取得了更好的参与效果；
- 品牌联合抱团赋能的营销矩阵，打通多圈层粉丝，吸引更多流量。

项目难度

- 品牌联合时间紧任务重，以流量曝光置换合作，谈判压力较大；
- 项目确定执行时间紧张，如能预留充足时间将会使得联合矩阵更加完整丰富。