

## 首都出发，畅游北京

广告主：首都机场

所属行业：航空

执行时间：2019.08.29-10.27

参选类别：出海营销类

### 营销背景

北京首都国际机场作为“中国第一国门”，旅客吞吐量连续三年稳居第二，创造了令世界瞩目的“中国速度”。面对北京新机场的投入使用，首都机场需塑造优质的品牌形象，向海外旅客展现首都机场悠久的品牌魅力。

### 营销目标

此次活动目标正是借势北京旅游入境峰会，海外旅客通过文化旅游主题活动，强化对首都机场的品牌认知和好感度。

### 策略与创意

在活动前期调研 2018 入境旅游峰会主题，选取符合首都机场日常运营契合度较高的旅游宣传方向，并结合旅客喜爱的旅游主题进行推广。

而首都机场作为外国游客与北京之间的桥梁，通过此次活动可为前往北京的旅客提供北京特色旅游路线获得独家旅游“小秘笈”。同时，首都机场结合机场服务制定特色北京旅游路线，让旅客感受多种文化。

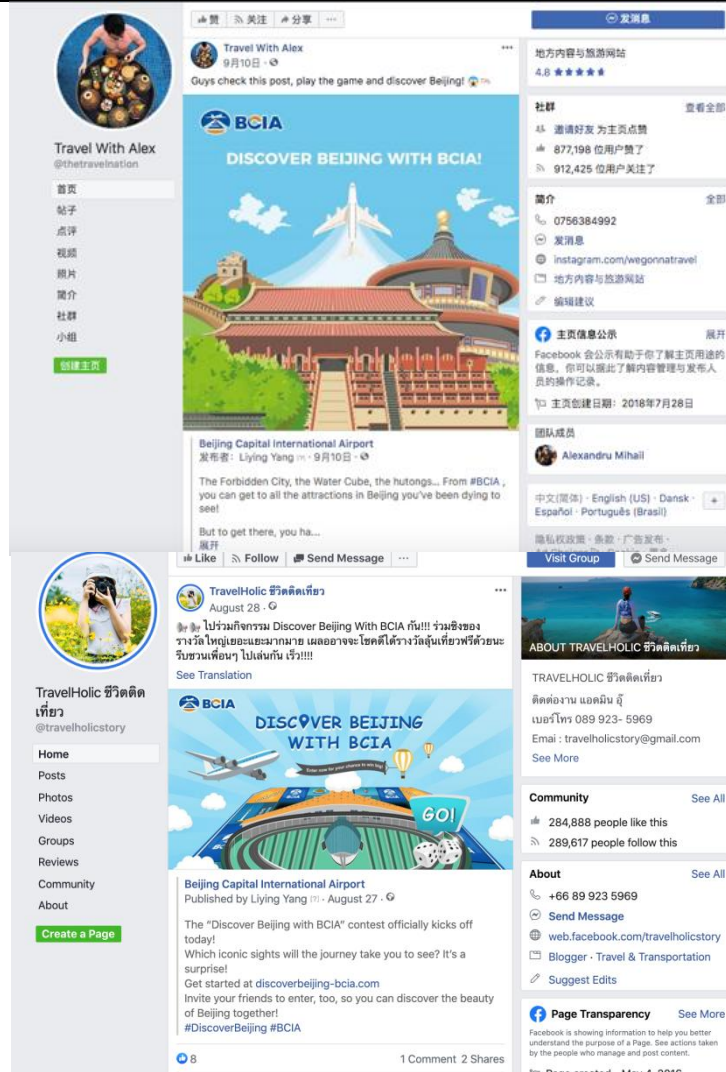
在海外社交媒体平台上 Facebook 和 Twitter 共同宣传，两大社媒用户“全民参与”。

根据四大旅游主题选取北京当下热门景点，并制作符合海外旅客阅读习惯的景点文案与精美图片。活动期间定期发布活动系列帖文，并制作游戏 H5，可让用户更加直接点击并参与活动。分别邀请重点市场东南亚、欧洲、北美 KOL 一同参与活动，并互动转发相关帖文，触及更多潜在受众。

### 执行过程/媒体表现

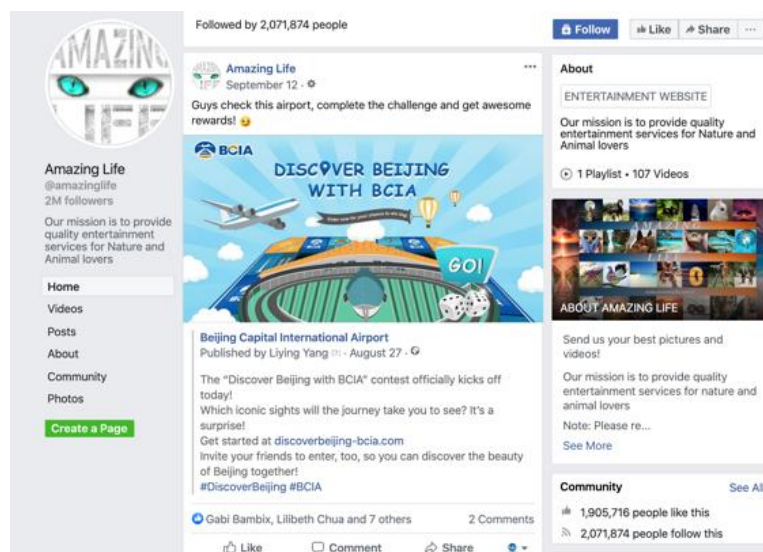
活动分为预热期、主活动期、结束期三阶段并在 Facebook 与 Twitter 平台同时进行。

在预热期发布活动预热动画视频吸引粉丝注意力，并告知参与者有机会赢取奖品而增加积极性。活动期间规律发布主活动帖文，并由欧美、东南亚 KOL 转发增加游戏参与人数。待活动结束后将联系粉丝并寄送首都机场礼品，同时邀请粉丝在社交媒体上分享，以进一步扩大活动声量。



( Facebook KOL 转发截图 )

游戏画面设计结合北京风景实景与卡通元素，主视觉图为手绘版首都机场，让海外参与者皆感受到另一种风格的首都机场。





(游戏画面)

视频链接：<https://v.qq.com/x/page/d30170p7d2x.html>





( 帖文配图 )

## 营销效果与市场反馈

活动期间，媒介传播约达四十万人次，粉丝互动总计超四千次，活动参与人数高于预期成效 364%，活动参与次数高于预期成效 112%。此次活动传播正是为了向海外粉丝展现，首都机场作为人文机场、智慧机场，正在关注每位旅客需求。