

## 深圳航空新开国际航线创意传播

**广告主：**深圳航空

**所属行业：**航天行业

**执行时间：**2019.12.01-12.30

**参选类别：**跨媒体整合类

### 营销背景

随着“一带一路”和深圳湾大湾区国家战略发展，深圳逐渐成为世界城市群的中心腹地，引世界瞩目。深圳航空作为深圳唯一本土化空港，深圳亮丽的名片，首当其冲肩负起国际航空重责。在 2019 年，深航再拓槟城、济州岛和福冈三条国际航线，力图将深圳打造为一流国际交通枢纽，给乘客带来世界级飞行体验，助力深圳发展为全球标杆城市。

### 营销目标

【树形象】：深航再拓槟城、济州岛和福冈三条国际航线，助力深航国际化新形象迭代更新；

【固品牌】：全新航线开启，为品牌注入新鲜血液，力证深航整体航司品牌实力和品牌活；

【造声势】：深航国际新航线线上线下双层传播推广，扩大声势，促进新产品曝光；

【助营销】：深航国际新航线传播推广，增进深航官微涨粉、带动新航线机票销售，打造“爆款”新航线。

### 策略与创意

在深圳航空国际航线传播主题“与世界为邻”之下，从产品线出发，结合“深圳直飞——槟城、济州、福冈国际航线”的特性和卖点，提炼出“槟”纷“济”续，幸“福”直达的副主题。通过一场沉浸式体验的发布会，和精准的“围城计划”投放，“围剿”目标用户。

### 执行过程/媒体表现

1、一场极具航司特色的发布，启动开航仪式。



**发布会入口-登机口：**活动流程示意图，用机场登机口的形式展现，如同身临机场，在进入会场的第一刻就感受到浓厚的航司特色。



**大厅走廊-三地立体拍照板：**会场外设置三大目的地手绘立体拍照墙，强调新航线的开通，精美的设计配合身着民族特色服装的模特，吸引与会人员自发合影留念并进行二次传播。



**主舞台-飞机引擎：**台阶两侧设计成引擎造型，布置细节均充满航司特色。





● 发布会亮点——倒计时海报



将 3、2、1 三个数字分别融入福冈、济州、槟城三座城市的风景之中。设计采用目的地城市的景色作为主画面，将沿海公路的车流光影、济州大海的浪花、和槟城的姓氏桥描画出流线型的数字，使画面更加具有视觉延伸感。为发布会带来更多期待。

2、深度洞察目标人群，“围城计划”精准围剿用户

基于精准人群画像分析，按“出行需求”、“出行地点”划分制定投放策略，推导出能满足持续有效曝光及导流转化为目标的资源矩阵，力求投放效益最大化。



目标人群	投放媒体	投放位置
有意向前往日本、韩国、马来西亚的人群	飞客茶馆	高曝光的首页大图、论坛大图
	马蜂窝	高曝光的开屏+精准投放日本、韩国、马来西亚目的地焦点图
深圳及周边城市的中高消费人群、差旅人群	爱奇艺	精准投放开屏、5S贴片
	朋友圈	精准投放朋友圈广告
行业客户	民航资源网	高曝光的首页新闻大图、信息流
	航旅圈	高曝光的微信头条
有车、坐车上班的白领人士	交通电台广告	收听人群较多的交通电台、新闻电台
	户外大屏广告	深圳主干道户外大屏
深圳商务人群	电梯广告	深圳主要的商务大厦框架、智能屏广告

## 营销效果与市场反馈

项目整体曝光量 8693 万+，线下触达人数 1000 万人次。