

去哪儿旅行 APP “搜彩蛋立抢免单放开玩”

广告主：去哪儿旅行 APP

所属行业：旅游类

执行时间：2019.10.29-11.30

参选类别：创新营销类

营销背景

10月29日-11月30日，去哪儿网彩蛋活动“去哪儿搜彩蛋，立抢免单放开玩”火热上线，凭借将目的地营销战线前置，针对不同人群的出游需求，以创意彩蛋+优惠福利+选品推荐的组合拳玩法，成功收割大批年轻粉丝的同时，还为 OTA 平台们制造热门地话题提供了全新范式。

营销目标

加强与用户的产品温度连接，提升用户粘性，同时凸显去哪儿网品牌年轻化形象，促进站内拉新和老用户活跃度，并刺激下单。

策略与创意

创新玩法：首次创新 OTA 行业搜索彩蛋：APP 端内搜索目的地，触发魔性彩蛋，与年轻群体互动，凸显去哪儿网品牌年轻化形象，强化目的地的景区印象，为制造热门打卡地话题提供全新范式，进而促进下单。

话题营销：三波话题，打造营销讨论高峰：话题营销新尝试，打造#今夜万圣节彩蛋##班花去哪儿了#热搜话题，通过话题营销和爆款内容打造，冲榜旅行榜单 NO.1，用话题拉爆讨论，一波三折。

品效合一：BD 跨界，品效合一：与 6 大品牌进行跨界传播，含多点、快狗、网易云音乐、神州专车、寺库、嘀嗒出行，拉动站内 UV 和新客下单效果非常显著。

创意物料自带传播属性：魔性彩蛋动画，剪影预热海报、冷知识反转彩蛋长图、名人海报、万圣节童声小视频、带货海报等多个创意物料，刷屏朋友圈。

执行过程/媒体表现

目的地彩蛋传播贯穿三节，火力全开，拉长战线，持续有效输出活动信息。

万圣节有彩蛋，悬念物料+互动话题，打响魔性彩蛋揭幕战

万圣节期间，通过剪影预热海报、魔性新闻、借势海报等物料引关注制造悬念，又在微信端策划反

转彩蛋微信长图，解锁彩蛋城市冷知识吸引用户广泛关注，最后以萌系童声主题小视频解锁节日童趣体验；万圣节期间同步策划互动性话题：#今夜万圣节彩蛋#共获 5606.8 万阅读量，引发 1.7 万次讨论；

三 万圣节-剪影预热海报，魔性新闻吸引关注制造悬念



三 万圣节-童声主题小视频解锁节日童趣体验



万圣节期间，分别对节日重点赏玩城市【泰国】【成都】【日本】进行实景视频的剪辑包装，引导用户通过去哪儿APP搜彩蛋城市这一行径，奔赴最佳节日旅行目的地。



泰国篇



日本篇



成都篇

(扫码观看)

双 11 有彩蛋，满满的带货风，凸显免单福利

“搜目的地，抢免单”的核心利益点与 11 月当地“特色”旅游景观相结合，触发用户游玩欲望。以当地人口吻欢迎用户来自自己国家，抛出国际游优惠，吸引用户完成下单。同时四大渠道齐发力，

提升双 11 彩蛋曝光,刺激用户下单;

官微霸道总裁私信,触达 226w+ 粉丝,提升品牌温度;种草+同城微信社群推广双十一爆款,覆盖 100+ 社群触达 40000+ 人次;微信 KOL 开朗青年发布图文,阅读量达 4.6w+;六大蓝 V 共同发声同时造势,转赞评 1.4w+。

双11-带货海报, 传达活动多重利益点



感恩节有彩蛋, UGC 内容广泛传播, 带来诚意满满好福利

微博策划热搜话题 # 班花去哪儿了 # 引发加班族情绪共鸣, 打造营销讨论高峰; 全网@去哪儿网, 官微出面承接话题营销热度, 打造线下深夜彩蛋便利店为加班族解决情绪问题;

承接线上流量, 线下深入加班重灾区, 深夜彩蛋便利店惊喜营业。促使用户参与线下活动同时。引导用户参与线上砸扭蛋大奖, 形成闭环效应。

感恩节-线上：引爆话题 # 班花去哪儿了

洞察加班现象，解读 # 班花 # 新名词，引起讨论。传播共获1.07亿+曝光，话题微博话题霸榜 NO.1长达12小时，总阅读量7162w+；官方及微信KOL总阅读量1489W+



KOC首曝话题热议；持续霸占微博旅行榜首NO.1



重新定义“班花”新含义，百万级KOL联合炒热班花定义，并@官微解决旅游问题



官博火速响应大众诉求 微信KOL多维度扩散

感恩节-线下：去哪儿×便利蜂#深夜彩蛋便利店#

承接线上流量，北上杭三家同时上线“深夜彩蛋便利店”，为深夜加班党送上专宠福利

百万级KOL联合KOC，积极响应共同发声，线上线下内容传播形成闭环效应



百万级KOL联合发声，话题阅读300W+

话题上线一小时，破 15W+ 阅读，转发量 11.6W，持续霸占微博旅行榜首 NO.1，长达 12 小时；百万级 KOL 联合发声：阅读量 2051W+；

官方及微信 KOL 加持引爆内容数据：阅读量 469W+；官方及微信 KOL 加持引爆线下事件，总曝光量 20w+。

营销效果与市场反馈

1、创新传播：话题营销新尝试，通过话题营销和爆款内容打造，冲榜旅行榜单 NO.1，共计 1.3

亿+阅读量。

2、BD 跨界，品效合一：与 6 大品牌进行跨界带量渠道组合传播，总曝光高达 6100w，拉动站内 UV 和新客下单效果非常显著。