



天津欢乐谷暑期活动营销推广

- ◆ 所属行业：旅游行业
- ◆ 执行时间：2018.06.21-08.15
- ◆ 执行范围：天津、河北
- ◆ 参选类别：大数据营销类



CONTENTS



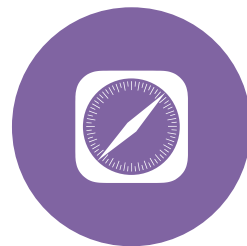
背景 & 目标



洞察 & 策略



过程 & 实施



亮点 & 创意



效果 & 反馈

周边游需求旺盛

- 大众旅游时代到来，以休闲型、观光型以及度假型为主的**周边游**受到越来越多消费者青睐
- 2017年驴妈妈平台全年周边游出游总人次，与2016年同比**上升了20%**

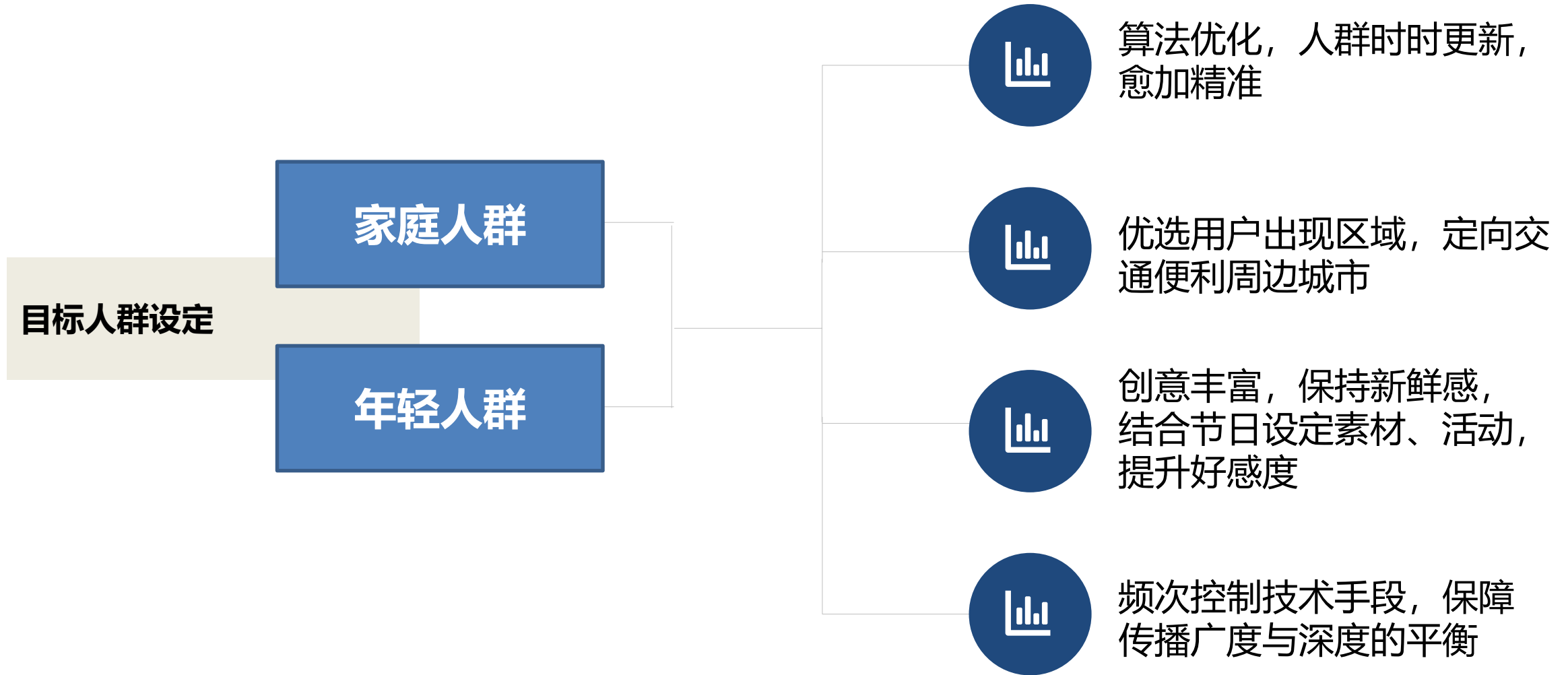
周边游人群描绘

- 周边游出游大军中，消费能力更强的**25-40岁**群体占据周边游总人数比例达到**71%**，以绝对优势领跑其他年龄层消费人群。

周边游旺季时间

- 从2017全年出游时间分布来看，**春节、暑期8月和10月**迎来周边游**最高峰**

目标&背景：品牌如何在暑期内突破重围，获得人群关注？



洞察&策略：基于海量基础数据，勾勒目标人群画像



网页浏览、视频观看、App使用、搜索等



- 200+ 数据服务器集群
- 存储超过1PB数据，每日新增2TB
- 实时报表 <5分钟延迟
- 秒级BI查询和分析能力



基础属性

人生阶段

1000+ 兴趣标签

用户环境

用户行为

购买倾向

兴趣偏好



家庭人群：

- 人群属性：30-40岁
- 家庭构成：有孩子
- 关注兴趣：亲子游，周边游
- 有车一族
- 行为特征：搜索、浏览过“亲子游、长隆、迪斯尼”人群
- 地域定向：天津、河北，交通便利



年轻人群：

- 人群属性：18-29岁
- 地域特征：河北、天津；高校周边、大悦城购物娱乐商圈
- 关注兴趣：爱好周边游、探险
- 行为特征：喜爱社交；搜索、浏览过“周边游、欢乐谷、游乐场”人群



过程&实施：人群持续动态优化，提升投放效能

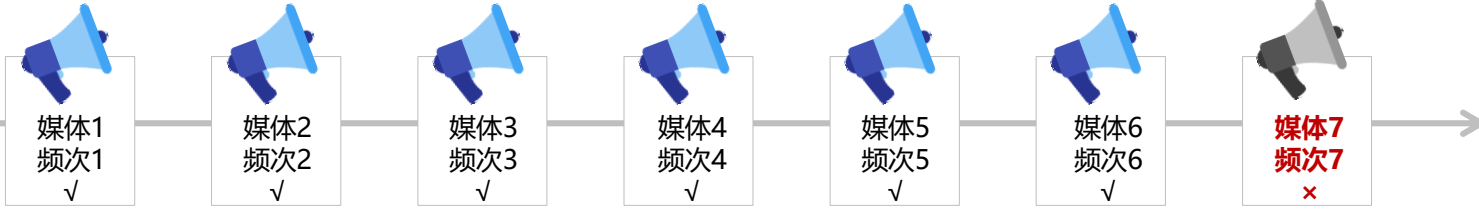


过程&实施：跨媒体投放频次控制，保证广告触达有效性

第一版素材：



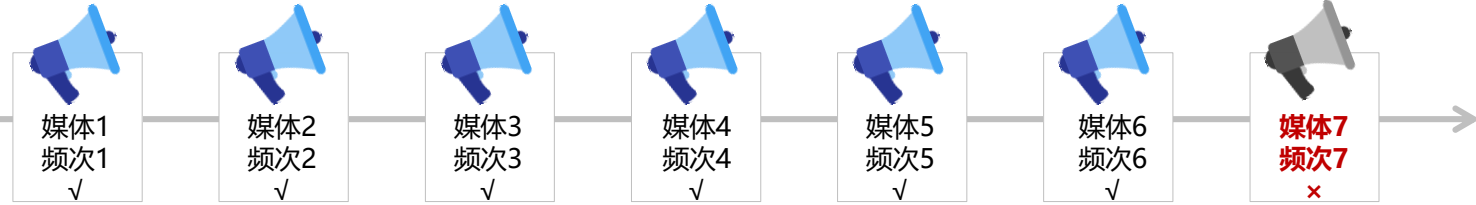
初选人群



第二版素材：



点击人群
↓
种子人群



后续版本素材，点击人群持续优化、更新……

第七版素材

亮点&创意：结合节假日，多款活动创意，持续吸引用户眼球



6月21-30日
年度畅游活动



暑期狂欢
免费特惠活动



暑期开始
折扣优惠活动



持续特惠



天津欢乐谷

暑期预热

暑期开始



暑期开始
折扣优惠活动



建军节
特定人群活动

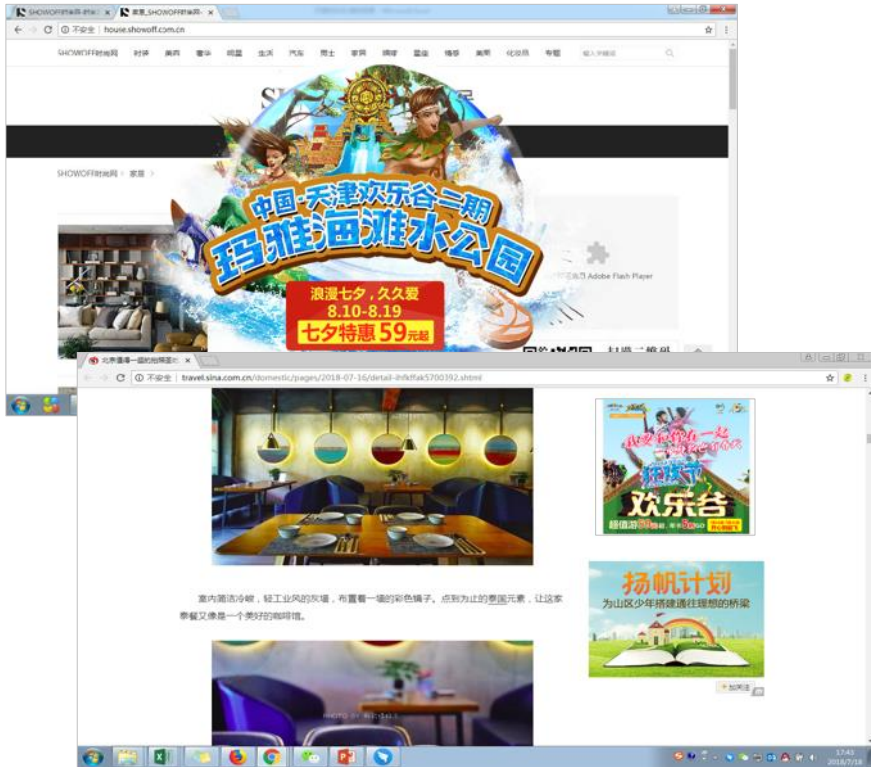


七夕节日特惠

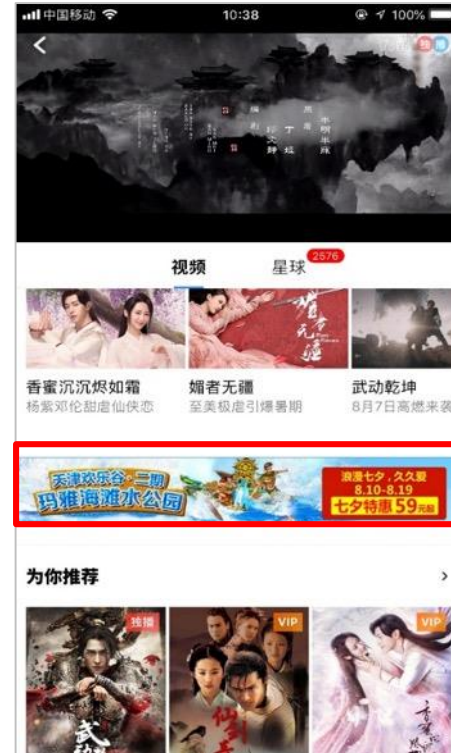
亮点&创意：根据用户浏览习惯，甄选优质媒体曝光



PC端



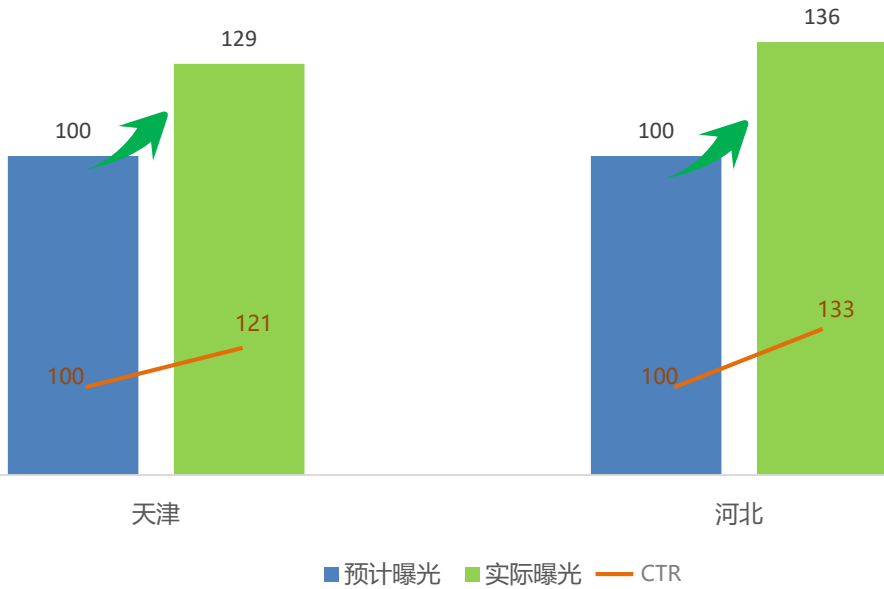
MOB端视频媒体、工具类媒体



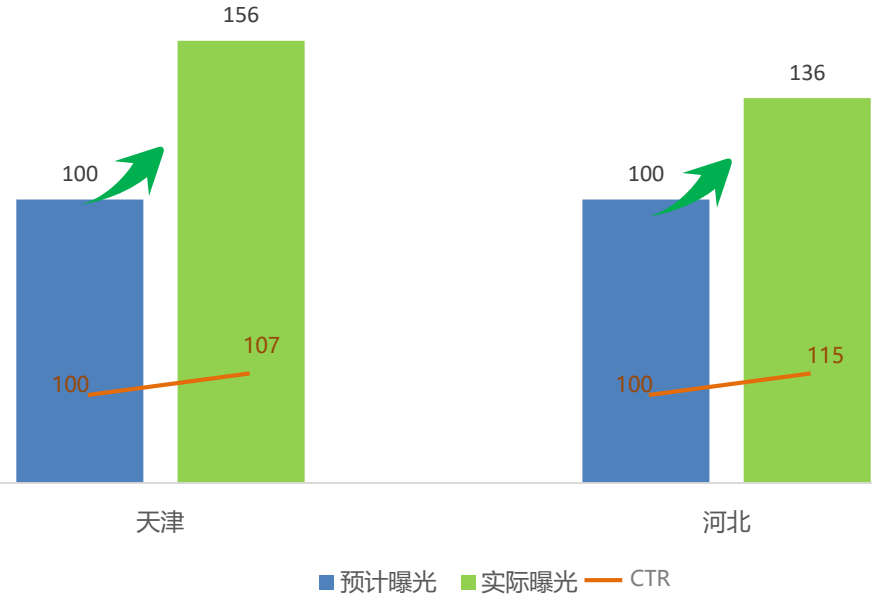
效果&反馈：全部超额完成计划目标



PC端 曝光量及CTR (index)



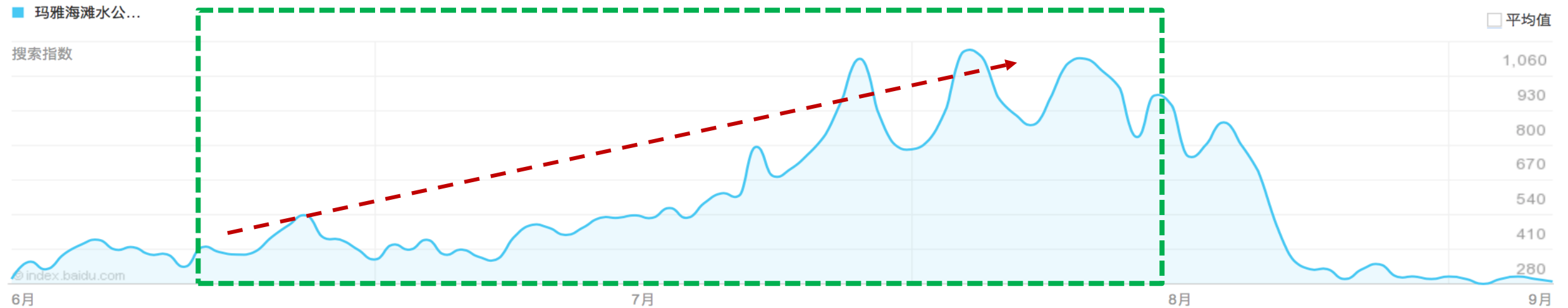
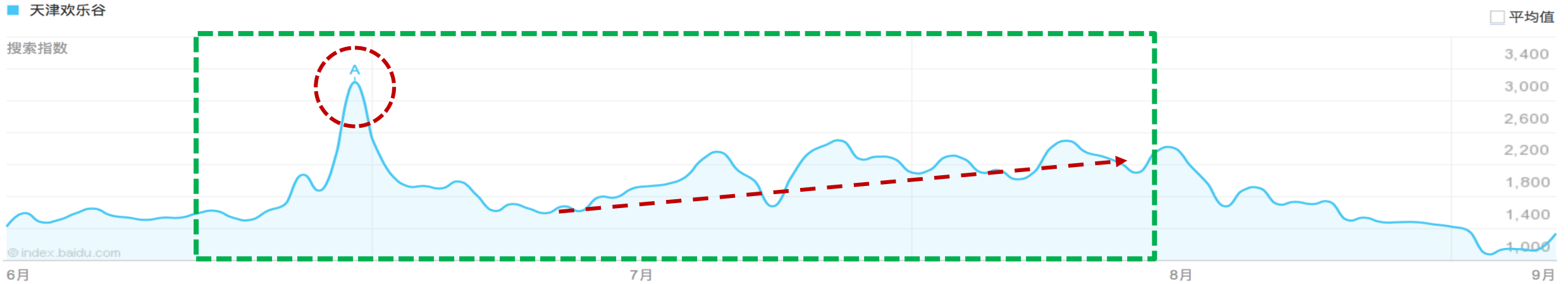
Mobile端 曝光量及CTR (index)



数据来源：秒针，曝光量、CTR数据均已按照index折算

效果&反馈：投放期内，百度指数达到顶峰

投放期2018年6月21日-2018年8月15日内“天津欢乐谷”“玛雅海滩水公园”搜索指数持续上升，在投放期内达到顶峰





谢谢观看!