

东方航空 “挑食” 整合营销

- ◆ 广告主: 东方航空
- ◆ 所属行业: 航空交通
- ◆ 执行时间: 2018.01-至今
- ◆ 参选类别: 电商营销类

- **背景和初衷**

- 东方航空于2018年年初，启动了“挑食”项目，目的是为了结合用户出行，会员活跃度，积分兑换这3个纬度，在出行场景中完成良好的用户激活、用户体验、会员交易的任务。
- 推出了“挑食”这个地方美食栏目，希望能解决消费者出行中，方便、省时间、省钱的完成旅游伴手礼的分享需求

- **目标**

- 出行旅游，其中购买当地美食给家人、同事分享已经成为一种人际交往的常态，但是需要花费大量时间去购买，还要去辨别，最后还要人肉快递麻烦的带回去。这些是很多商旅客人最怕麻烦的地方。
- 东方航空提供了一个全国各地丰富的地方特产的整合服务，将用户的需求给与实现
 - A、一揽子提供美食特产的购买，在东方航空积分商城实现方便
 - B、定制化服务，丰富多彩的定制礼包，为消费者实现特色
 - C、积分兑换，高性价比的服务，为消费者实现了实惠
- 东方航空希望“挑食”成为一个，解决商旅客人，在临上飞机前也不会忘记带好礼回去分享的解决方案

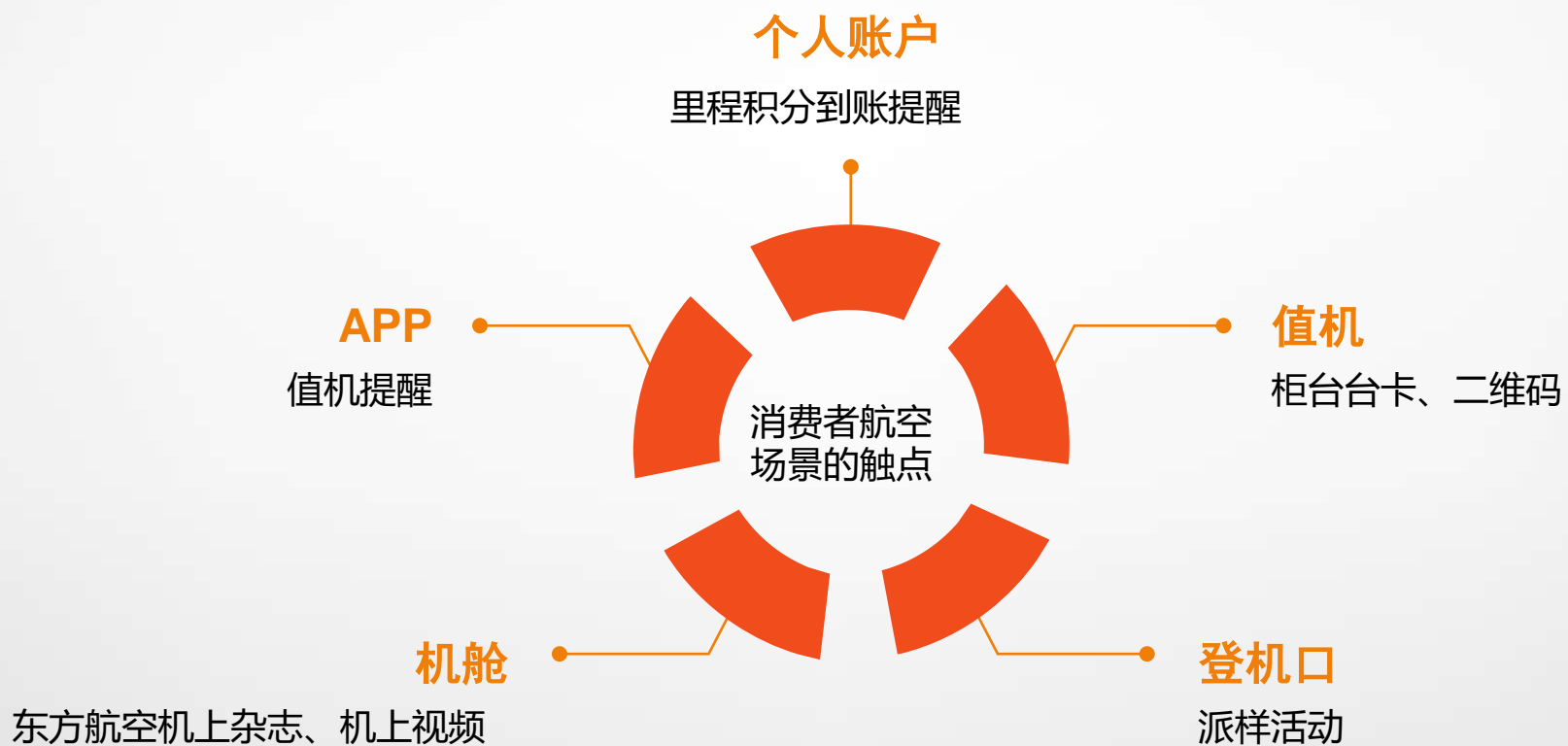
- **洞察**

- 我们的目标人群是有钱没时间的商旅乘客，平时出差回去，一定会购买很多地方特产，给同事分享，他们的行李装不下太多的商品，手里提着也多不方便，最重要的是，他们的时间放在购买地方特产很少很少。但为了出差回去，和同事促进友情，还是要花额外的时间在购买伴手礼上。

- **核心策略**

- 核心策略，“挑食”-场景下，用内容引起顾客认同，内容电商是挑食的一个核心策略其一。

- 在返程的各个场景节点下，激发顾客需求。打造场景的需求是“挑食”的核心策略



案例亮点

- 半年时间整合全国知名的美食特产企业达成合作，数量高达30余家
- 一位名人、一个故事、
- “挑食”的定制礼包一段美食纪录片，完成了每一季的“挑食”专题

拥有八个省份，三十多个当地美食特产品牌

成都特产	云南特产	福建特产	浙江特产
 			 
海南特产	广东特产	重庆特产	山东特产
	 		
	 	 	 

- Step1、招商过程，与全国各地的美食企业达成合作，从选品、价格、物流、配送
- Step2、“挑食”专题建设，选择目的地的故事、名人、企业，从纪录片拍摄到专题建设，到特产商品的上架销售
- Step3、定制“挑食”特色礼包，选择合作企业，商品，从定价，包装，到物流配送
- Step4、营销场景，选择回程场景中，消费者能触达的，进行媒介的创意（计划中）



机上杂志和官网专题



厦门的“味道”登陆“东方万里行”积分商城

每个城市都有自己独特的味道，这个城市也不例外。厦门，人文景观、自然风光、名胜古迹、美食特产，都是厦门这座城市独特的魅力。为了让厦门独特的味道登陆“东方万里行”积分商城，厦门特推出“味道”专题。

>>>情怀

情系厦门 一个厦门人最爱的地方，除了蓝天白云，还有那浓浓的厦门味道。厦门味道，是厦门人心中最柔软的地方。厦门味道，是厦门人心中最温暖的港湾。厦门味道，是厦门人心中最美丽的风景。厦门味道，是厦门人心中最动人的故事。

>>>老味

老味是厦门的味道，是厦门人心中最珍贵的记忆。老味是厦门的味道，是厦门人心中最温暖的港湾。老味是厦门的味道，是厦门人心中最美丽的风景。老味是厦门的味道，是厦门人心中最动人的故事。

>>>中山路

中山路是厦门最繁华的街道，也是厦门最美丽的风景线。中山路是厦门的味道，是厦门人心中最珍贵的记忆。中山路是厦门的味道，是厦门人心中最温暖的港湾。中山路是厦门的味道，是厦门人心中最美丽的风景。中山路是厦门的味道，是厦门人心中最动人的故事。

黄则和 厦门特产美味组合

黄则和是厦门最著名的老字号，也是厦门最传统的味道。黄则和是厦门的味道，是厦门人心中最珍贵的记忆。黄则和是厦门的味道，是厦门人心中最温暖的港湾。黄则和是厦门的味道，是厦门人心中最美丽的风景。黄则和是厦门的味道，是厦门人心中最动人的故事。

原价: 3840
现价: 96



>>>家味

家味是厦门的味道，是厦门人心中最温暖的港湾。家味是厦门的味道，是厦门人心中最美丽的风景。家味是厦门的味道，是厦门人心中最动人的故事。

古龙 厦门特产罐装套餐

古龙是厦门最著名的老字号，也是厦门最传统的味道。古龙是厦门的味道，是厦门人心中最珍贵的记忆。古龙是厦门的味道，是厦门人心中最温暖的港湾。古龙是厦门的味道，是厦门人心中最美丽的风景。古龙是厦门的味道，是厦门人心中最动人的故事。

原价: 4720
现价: 118



吉龙 厦门特产罐装套餐

吉龙是厦门最著名的老字号，也是厦门最传统的味道。吉龙是厦门的味道，是厦门人心中最珍贵的记忆。吉龙是厦门的味道，是厦门人心中最温暖的港湾。吉龙是厦门的味道，是厦门人心中最美丽的风景。吉龙是厦门的味道，是厦门人心中最动人的故事。

原价: 10320
现价: 258





情怀

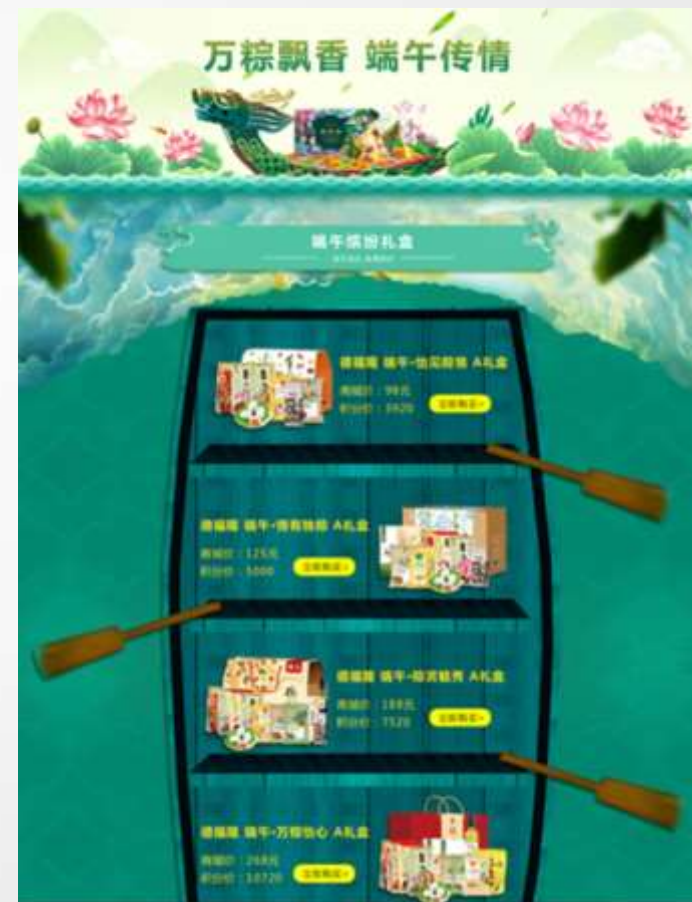


杨羽翔，一个厦门出生厦门长大的孩子，海外留学十年归来。出于对厦门的情怀，也为留住老城随时代而逝去的沧桑岁月，他拍摄留取了大量老厦门的影像，同时亲自策划手绘厦门老城手绘地图。

来厦门旅游，除了鼓浪屿，厦门大学等著名的旅游景点，或许可以更加放慢脚步，在厦门老城区穿街走巷，感受每条巷子后面的故事，体验原汁原味的厦门，感受这座百年古城的味道。就由他带着我们一起去品味厦门。



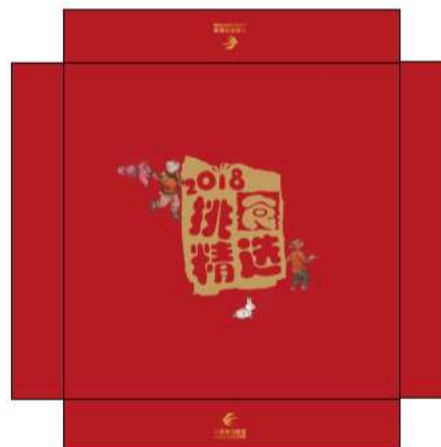
挑食频道页面和产品活动



挑食礼盒设计



- “挑食”频道定制礼盒专用封套



- “挑食”频道定制礼盒



挑食专题片



厦门专题片:

https://v.youku.com/v_show/id_XMzcwMzE2NzcyNA



重庆专题片:

https://v.youku.com/v_show/id_XMzcwMzE0MzI0NA

- 东方航空创造出的场景电商“挑食”，是一个整合供应链、内容创意、媒体资源的完整营销案例
 - 1、解决了用户临上飞机前，用手机下单购买旅游伴手礼，邮寄到家的便利服务。对消费者在这个场景的消费需求提供了解决方案
 - 2、完成全国性美食企业的招募工作，及零售、物流、配送等问题就是一个巨大的工程，“挑食”在供应链管理上也做到了整合
 - 3、未来，“挑食”将开放更多的合作资源，给到旅游企业，将会实现旅游市场的资源和航空出行的整合。每一款“挑食”，将旅游目的地资源+航空出行+伴手礼，在东航航空平台上，发挥更大的价值。