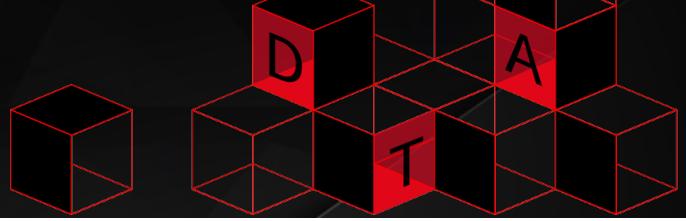




DTA创新营销奖



《景区酒店免费住，跟着苏东坡去秋游》

花筑X百度中秋联合活动

旅悦集团



目录



1

背景

2

挑战

3

目标设置

4

整体营销策略制定

5

创新创意

6

成本及资源投入

7

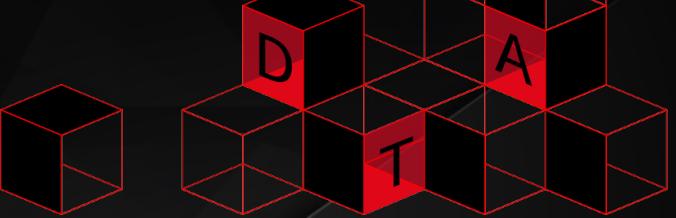
结果&ROI

8

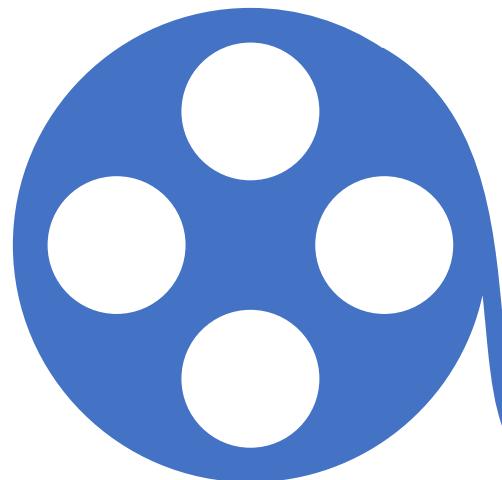
复盘及分析



背景



2019年9月11日-2019年10月25日



- 01 中秋小长假来临，人们出游意愿高涨，提升用户对花筑品牌的关注度
- 02 旅行者偏好深度旅行，特色酒店受欢迎
- 03 苏东坡IP融合摇滚元素，契合年轻人喜好



挑战



品牌挑战

花筑创造了全新的住宿方式——“民宿酒店”，需要让用户对花筑的品牌产生认知、认同、认购，在借助优质平台进行强势曝光的同时，花筑希望通过紧密捆绑景区旅行或周边游场景，占领用户心智，向消费者传递「民宿酒店是旅游住宿新选择」的理念。



行业挑战

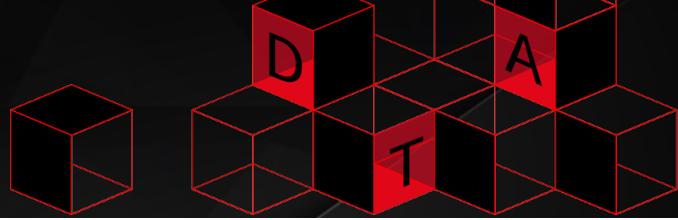
当前市场环境下，景区住宿场景里缺少“品牌化、连锁化、专业化”的领军品牌，单体酒店造成的门店质量不一、服务标准不一，大大降低了消费者的旅行体验，如何即让人们感受到民宿的在地文化，又能享受到酒店的用心服务，是旅悦抢占“民宿酒店”赛道的初衷。

渠道挑战

全国大部分旅游目的地在国庆节后都将进入淡季时段，更加良性的渠道占比，丰富的订单来源渠道，可以帮助门店抵御淡季的严寒。加速摆脱对于OTA的依赖，加快自有私域流量的布局和积累，是花筑未来的生存之道。



目标设置



扩大品牌曝光量，增强消费者与花筑之间的品牌黏度



中秋小长假到来前夕，提升用户对花筑品牌的关注度



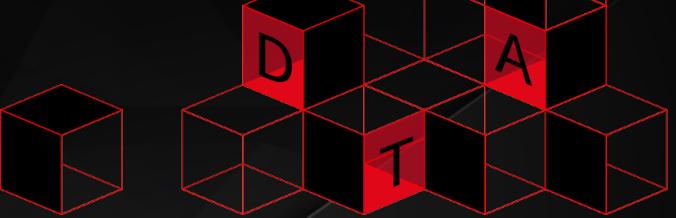
通过优惠券等利益刺激，促使用户留资转化



借助中秋十一节点，为即将到来的民宿酒店淡季导流



整体营销策略制定



1. 借势中秋、苏东坡热点IP打造趣味小程序

邀请苏轼为首的“三苏乐队”代言花筑酒店，以摇滚歌曲方式传达花筑卖点；并通过趣味互动形式发放旅行福利，引导跳转花筑旅行小程序

3. 线下大V探店，线上内容传播

开展线下探店活动，邀请12位旅行领域大V亲身体验花筑，随后产出图文、VLOG等形式内容，在小程序聚合页及百度信息流广告中进行投放

2. 多资源布局，围绕百度生态建立活动流量矩阵

- 百度无线端的非标核心资源矩阵
(百度App、百度wise端、百度地图、百度贴吧、好看视频)
- 各渠道KOL的内容生产
(百家号、头条号、微博、微信)
- 几百家权威媒体及业内营销网站的稿件发布
- 花筑450家线下门店资源
(易拉宝、台卡、海报、电子房价牌)

4. 多奖品加持，提升活动效果

花筑旅行全球通行证次卡+花筑旅行优惠券+百度智能音箱+爱奇艺会员卡+蟹状元中秋代金券，奖品累计价值超过1200万



创新/创意



利用中秋节日热点，捕捉用户旅游出行需求

1

核心创意

#跟着苏东坡去秋游#

苏东坡作为曾给中秋做赋的古人，众多诗词被人们铭记，不仅如此，他更是一个游历了中国大江南北的旅行家，所经之地与花筑目前的酒店分布城市极其重合，也因此将苏东波作为花筑的虚拟“代言人”

2

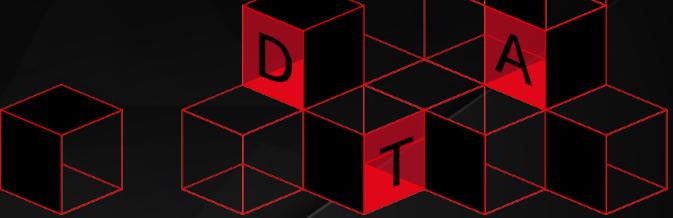
3

4

整体视觉采用中国风的手绘方式表现出花筑旗下部分酒店的风采



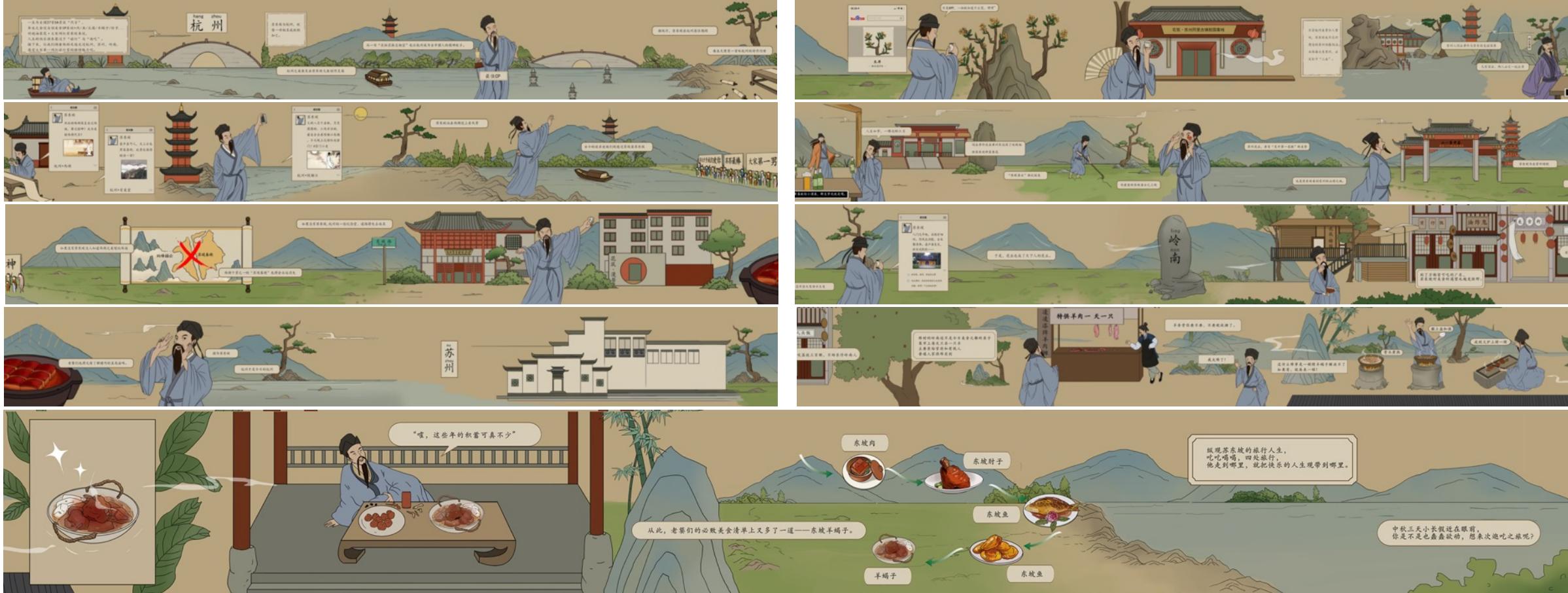
创新/创意



海报设计上，承接小程序中对三苏乐队“旅行达人”的人设塑造，邀请苏轼、苏辙、苏洵作为花筑特邀体验官，代言杭州、苏州、龙胜等目的地花筑酒店。耳熟能详的文化名人+吃住行三大旅行要素，传达出花筑品牌对当地文化的重视，以及旅居花筑的全方位逍遙乐趣



创新/创意

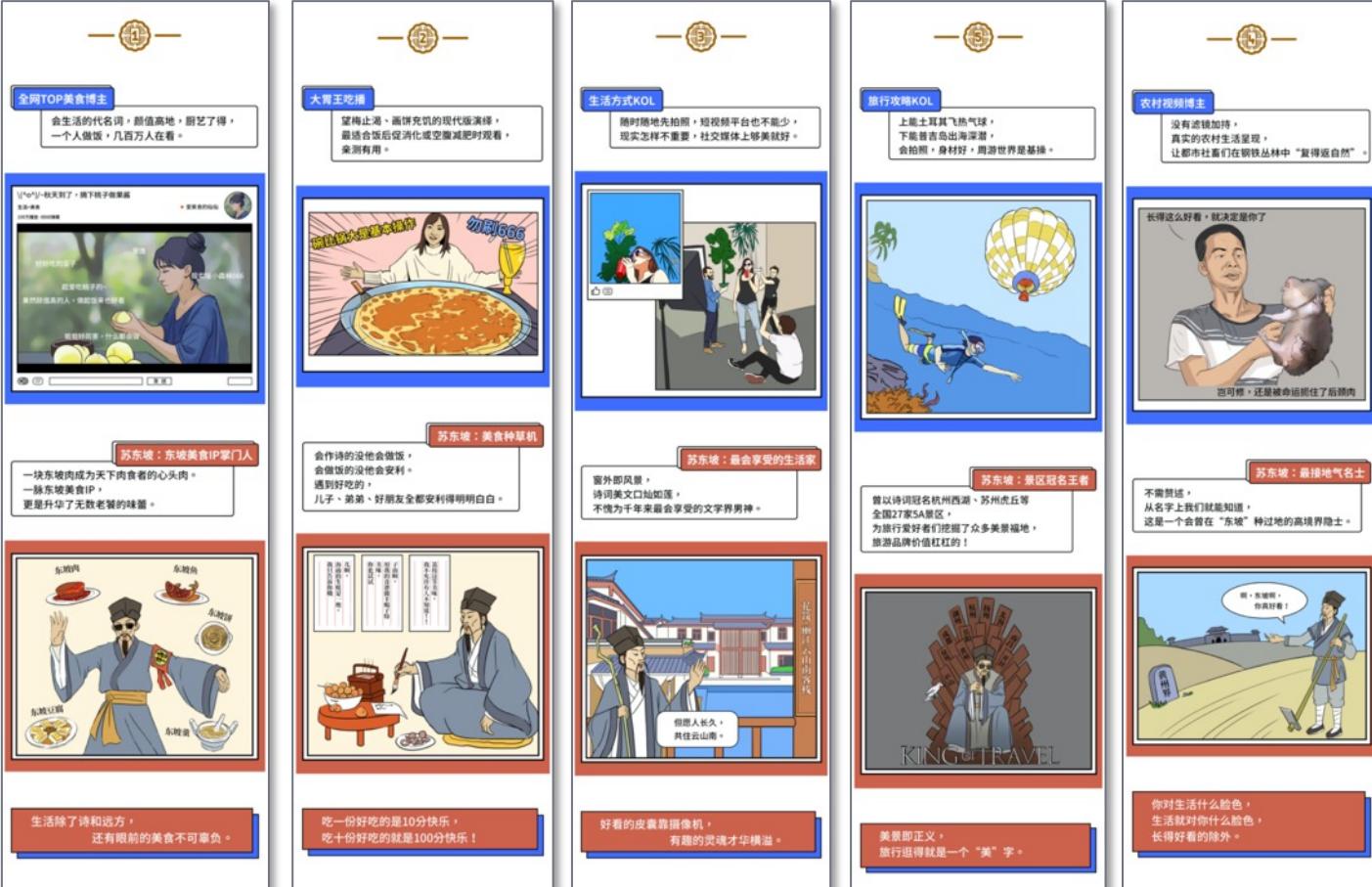
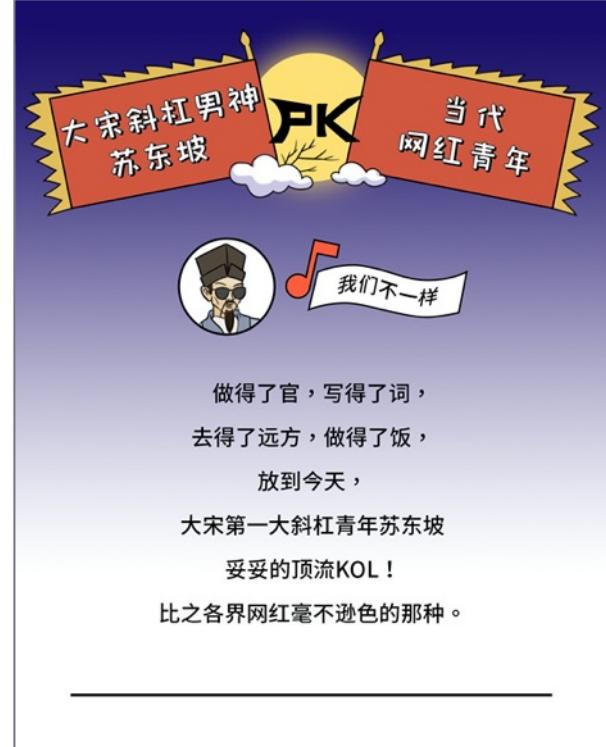


微信传播创意1：步履不停游花筑

在微信端，采用了更具传播性的长图，选取杭州、苏州、岭南三大花筑酒店所在目的地，讲述苏东坡在当地旅居的生活趣事，进而引导读者试玩小程序，“跟着苏东坡去秋游”。长图不仅在画面中植入了花筑酒店信息，而且通过展示苏东坡“爱生活会生活”的人生态度，传达出花筑品牌对精致度假生活的追求。

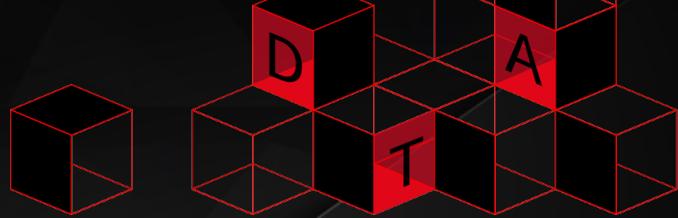


创新/创意



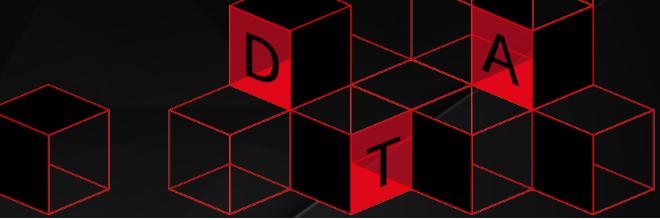
微信传播创意2：斜杠苏东坡PK当代网红

长图提取出苏东坡身上吃播、名胜安利达人、旅行之王等众多特质，对标当代网红，勾勒出大宋第一斜杠青年的形象。对苏东坡特质的现代版结构与重组，戳中当代年轻人的萌点，进而对其引导说服：更好的旅居更好的生活，就选花筑



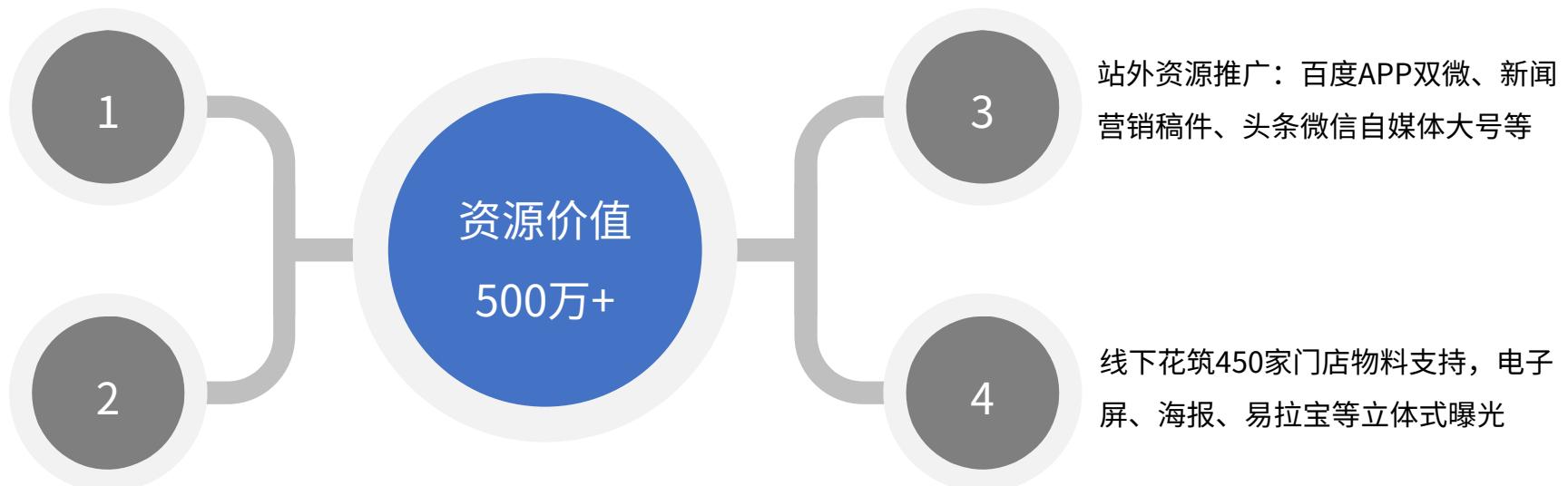


成本及资源投入



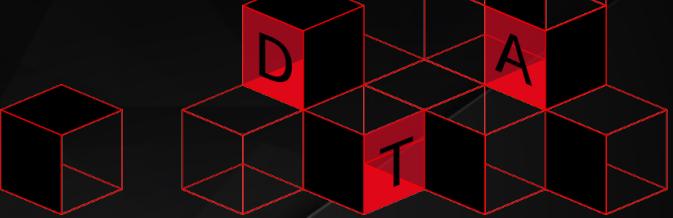
自9月11日起，百度上线“跟着苏东坡去秋游”，以中秋节为契机，吸引客人抽取包括房券在内的总价值1200万的福利。

百度旗下全系资源扶持，包括百度APP、百度小程序，百家号，百度地图，百度贴吧，好看视频等





结果&ROI



百度APP+wise
9大资源位
27.5亿强曝光

小程序
PV201万
UV176万

覆盖微博粉丝
810万
微信阅读20万+

百家号
600万曝光
56万阅读



复盘及分析



1. 资源上线截图



开屏：百度APP、好看视频、百度地图、百度贴吧



搜索结果大卡



活动中心



福利专区



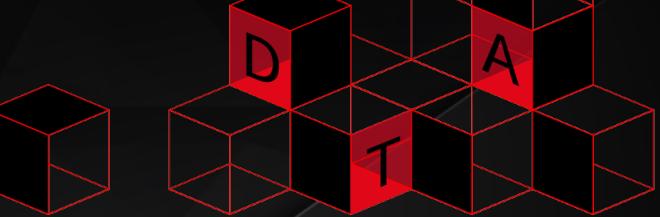
wise框下banner



原生GD



复盘及分析



2.微博传播效果

The image displays three vertical columns of Weibo posts. The first column shows a main post from '不拉的P特' with 91.25k reads and 3073 comments, followed by several replies. The second column shows a reply from 'Yp杨英鹏' and another from '伟大的皇家马德里1990'. The third column shows a reply from 'chenbaihui' and another from '9-11 10:35'. The fourth column shows a reply from '9-11 10:33' and another from 'heyymmbb'. The fifth column shows a reply from '9-12 14:20' and another from '9-12 10:44'.

阅读量91万+

#跟着苏东坡去秋游#

阅读91.25万 讨论3073

综合 实时 热门 视频 问答 +

百度搜索

9-11 18:06 来自微博 weibo.com

#跟着苏东坡去秋游#明月几时有，欲问青天把酒~

百度联合@花筑旅行 中秋送福利啦~上百度APP搜索“中秋节”或网页链接，体验“全民游秋色”小程序，100%中奖，更有机会获取花筑酒店10次免费入住惊喜大奖！关注+转评赞，分享你在旅行中遇到的趣事、怪事、新鲜事，随机抽取20位幸运鹅儿，送爱奇艺月卡哦~

百度搜索

9-11 18:06 来自微博 weibo.com

#跟着苏东坡去秋游#朋友去欢乐谷玩，然后因为买的是便宜的晚间票，还没进门，就有一推销扇子的大妈缠着我们推销。我们说不要，她就是不放弃，然后跟着我们走了半小时，她才离开，等她过来只见大妈急躁的走来，说了一句我终身难忘的话：“小伙子，我迷路出不去了，你还记得进来的路线不？”

伟大的皇家马德里1990

和朋友去欢乐谷玩，然后因为买的是便宜的晚间票，还没进门，就有一推销扇子的大妈缠着我们推销。我们说不要，她就是不放弃，然后跟着我们走了半小时，她才离开，等她过来只见大妈急躁的走来，说了一句我终身难忘的话：“小伙子，我迷路出不去了，你还记得进来的路线不？”

Yp杨英鹏

2小时前 来自微博 weibo.com

#跟着苏东坡去秋游#秋高气爽，已经订好车票去旅行~稍等等，打开百度APP搜索“中秋节”体验小程序，就有机会赢取@百度App @花筑旅行 提供的旅行福利，景区酒店免费住~更有百度APP拍照识花功能，加持福利。

伟大的皇家马德里1990

和朋友去欢乐谷玩，然后因为买的是便宜的晚间票，还没进门，就有一推销扇子的大妈缠着我们推销。我们说不要，她就是不放弃，然后跟着我们走了半小时，她才离开，等她过来只见大妈急躁的走来，说了一句我终身难忘的话：“小伙子，我迷路出不去了，你还记得进来的路线不？”

chenbaihui

#跟着苏东坡去秋游#说个坐长途车的事，我把背包放在靠窗的座位，坐在靠过道的外侧睡着了，一睁眼看见过道另一侧坐着的那个手刚好从我背包上拿开，低头看背包拉链开了一半，脑子秀逗了，以为他要给我拉上拉链，转头对小偷说：谢谢啊！下车半天才想起差点儿被偷

chenbaihui

#跟着苏东坡去秋游#说个坐长途车的事，我把背包放在靠窗的座位，坐在靠过道的外侧睡着了，一睁眼看见过道另一侧坐着的那个手刚好从我背包上拿开，低头看背包拉链开了一半，脑子秀逗了，以为他要给我拉上拉链，转头对小偷说：谢谢啊！下车半天才想起差点儿被偷

9-11 10:35

9-11 10:33

9-11 13:47

空条承太郎v

转发微博

9-11 13:34

Louisa霞

他乡遇故知

9-11 13:33

木头长点心

多久没出去又走了

9-11 13:15

是蓝色信仰10

旅行趣事1.找到第一家火锅店，老板碰巧外出游玩了又找了第二家，点了拉面，端上来一盘粗粗的面，老板竟然让我们自己拉

9-11 13:46

9-12 00:15

9-11 13:32

9-12 10:44

9-11 13:02

福将自有上天顾

我抽到50元的优惠券，接下来呢？

9-11 18:49

只想做一条锦鲤的小猫咪

隔壁声音太大去敲门

heyymmbb

我到三亚蜈支洲岛玩遇到一对情侣海边求婚

小姐姐还需努力阿

好像都还比较正常

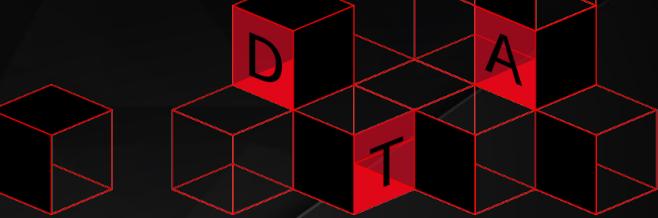
人生苦短麻123

有一次去繁农四季庄园游玩，本人单身买的五号座位，然后有一对情侣上来，然后女的和我说：“帅哥，能换个座位不？”然后指了指他男朋友。于是我好心的让了让，然后又上来一对情侣，又换，又上来，又换，一共换了四次，后来一算，一共十三个座位，一共六对情侣，就我一个单身狗！实惨

9月11日，微博话题#跟着苏东坡去秋游#与小程序同步上线预热，百度APP、百度搜索、百度官微发布活动微博并征集旅行趣事，不拉的P特、何陈文等5名旅行、测评类微博大V联合转发，以评论抽奖的形式吸引网友积极分享旅行趣闻，引爆话题热度，截止9月17日，话题阅读量达91万+，覆盖微博粉丝810万+。



复盘及分析



3.微信传播效果

The image shows four screenshots of WeChat public account comment sections. Each screenshot has a red box highlighting a specific comment or group of comments. The accounts are:

- 新潮旅行**: Shows a comment from a user named '大姐' and another from '文好'.
- 新潮旅行**: Shows a comment from '女扮男装' and another from '浅月'.
- 环球旅行者**: Shows a comment from '小仓鼠' and another from '莉莉'.
- 清清missqing**: Shows a comment from '空白0920' and another from '蓝天白云'.
- 全球旅游资讯v**: Shows a comment from '深浮士大' and another from '紫色的鱿鱼'.

The highlighted comments generally express admiration for Su Shi's life philosophy and his influence on travel and culture. The total reading volume for these posts is over 20 million.

双长图内容投放清清missqing、环球旅行者、全球旅游资讯v、新潮旅行四大旅行垂类公众号，总阅读量累计**20万+**，内容中苏东坡、旅行、百度识图等关键概念引发读者兴趣，传播效果斐然



复盘及分析



4.pr传播效果

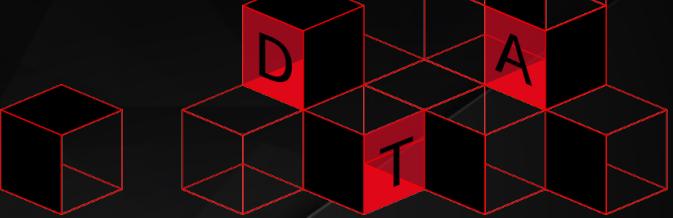
The collage includes screenshots from:

- Baidu News:** Headlines include "跟着苏东坡去秋游" and "花筑酒店上线小程序‘跟着苏东坡去秋游’".
- Jiangxi Network Broadcast Station百家号:** Headline: "跟着苏东坡去秋游"小程序上线，花筑酒店推出新服务。
- Baidu Search Results:** Headline: "跟着苏东坡去秋游"小程序上线，花筑酒店推出新服务。
- China Youth Daily:** Headline: "跟着苏东坡去秋游"小程序上线，花筑酒店推出新服务。
- Modern Youth Online:** Headline: "跟着苏东坡去秋游"小程序来了！花筑酒店触电小程序促销。
- VR Daily:** Headline: "花筑游小程序火爆上线‘景区酒店免费住’"等旅行福利。
- China Economic Net:** Headline: "跟着苏东坡去秋游"小程序上线，花筑酒店推出新服务。
- Today's Headlines Client:** Headline: "一首诗让西湖红了一千年 这位旅行大V的秋游选择值得一看" and "每日旅游大全" section.
- Motley Digital Ling PC End:** Headline: "花筑游×百度小程序火爆刷屏 诠释小程序赋能行业营销的全新方式" and "除了苹果，全世界都爱上了柒色变" section.
- Meitilicun.com:** Headline: "中秋跟着苏东坡去秋游 跟双花旅行全球通行证" and "魅力中国" section.

PR传播共获得150+频次，上榜百度搜索框**资讯推荐位**，覆盖中国日报网、中金在线、国际在线、燕赵晚报等**网媒**；头条号、百家号等**主流客户端**智能推荐；以及**营销类网站**数英网PC端首页推荐



复盘及分析



5.百家号传播效果



百家号侧资源
总曝光超600万



定制输出10篇图文
2支vlog及10条动态



图文&vlog阅读量21万
动态阅读量35万



秋游主题约稿2844篇 (9.17)
阅读量超3800万



秋高气爽逛民宿

有奖 趣玩咖花筑体验团招募



秋游去哪儿玩

有奖 分享秋季旅行赢高额京东卡



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS