

2015年百度数字营销案例大赛

当政府机关遇上互联网+

福建旅游局百度跨屏整合营销案例

北京爱德康赛广告有限公司



● PART 1 营销战略思考

● PART 2 项目创意洞察

● PART 3 营销策略

● PART 4 项目执行

● PART 5 效果评估与社会价值

● PART 6 结束语



PART 1 营销战略思考

// 随着传统行业纷纷开始尝试互联网转型，部分政府机关也将目光转向了互联网。福建旅游局，就是踊跃尝试突破的其中之一。他们希望在互联网领域开辟新的传播途径，借助强势媒体平台进行品牌曝光，全方位宣传福建旅游资源，在互联网端带动更多的网民前往福建旅游。



那么，问题来了！



旅游类用户聚集在哪里？
他们是一群怎样的人？他们的兴趣点是什么？
对于福建旅游，他们的关注点有哪些？



初涉互联网营销，从0到1怎么走？
靠谱的合作媒体在哪里？
合作媒体能够提供哪些支持？



官方网站互联网基因弱、不利传播怎么破？
网络媒体投放的前提是需要一个成熟的商业化网站，通过广告投放引流官网，引发更多品牌曝光或销售转化。
而福建旅游局作为政府机关，官方网站主要用于公布政府信息和树立官方形象，内容的多元化和趣味性较弱，容易造成用户流失。



PART 2 项目创意洞察-媒体分析

1

搜索引擎成为网站推广**首选媒介**
通过百度搜索获得**最大访问量**



2

覆盖人群广且精准
引流更多**潜在用户**

3

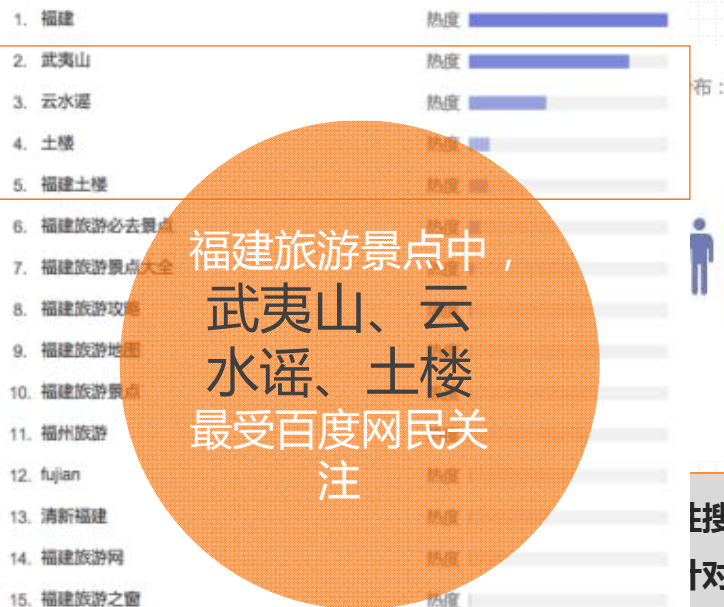
把握**无线端人群**，有效布局
最大限度**转化流量**



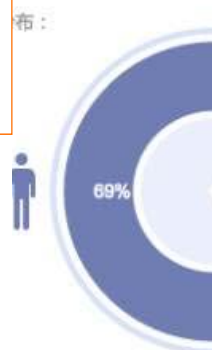
中国石化大学MBA学院
中国石化大学MBA学院
中国石化大学MBA学院

PART 2 项目创意洞察-用户洞察

当用户在搜索“福建旅游”时，他们在关注什么



福建旅游景点中，
武夷山、云水谣、土楼
最受百度网民关注



用户
搜索用户是女
对男性用户策

当用户在搜索“福建旅游”时，他们最想了解什么

1. 福建有哪些旅游景点
2. 福建旅游景点大全介绍
3. 福建旅游景点大全
4. 福建旅游路线
5. 福建旅游景点
6. 自驾游去福建旅游怎么玩
7. 福建旅游景点介绍
8. 求助？福建旅游景点大全有哪些好推荐的
9. 想去福建旅游，有什么推荐的景点儿吗
10. 去福建旅游。有什么好线路，旅游景点，小吃介绍？从深圳出发（自驾游）

关注No.1
福建旅游景点有哪些

关注No.2
福建旅游路线如何规划

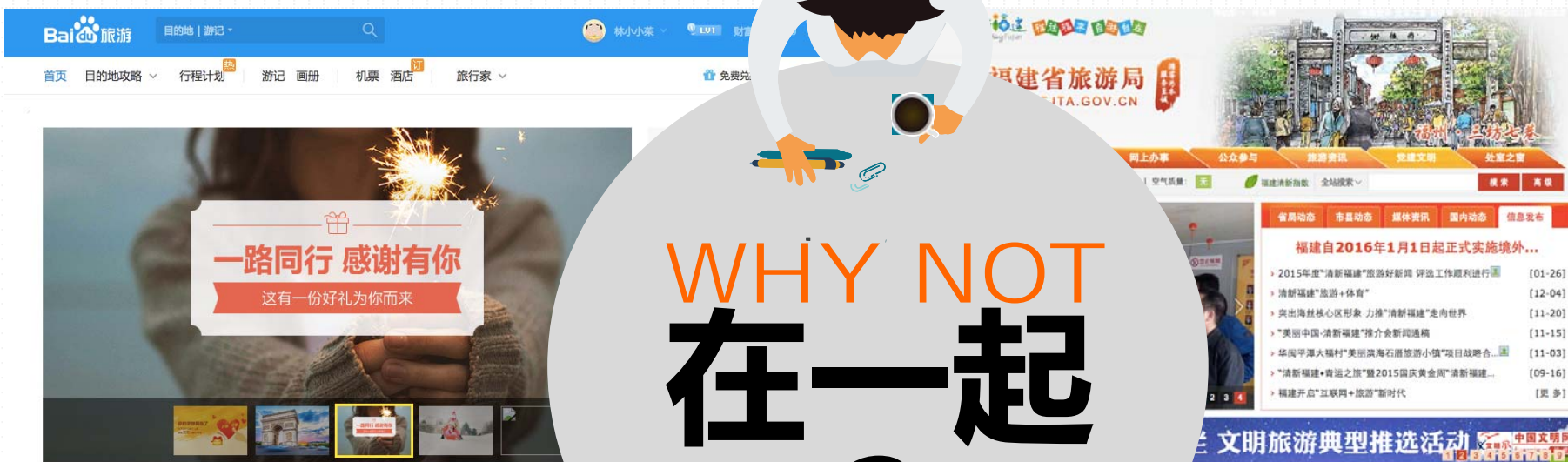
针对网友需求，推出福建景点**全面介绍**及**专题旅游活动**和**精品线路**

开展精品路线、周末游



中国石化大学MBA学院
中国石化大学MBA学院
中国石化大学MBA学院

PART 2 项目创意洞察-品牌机遇



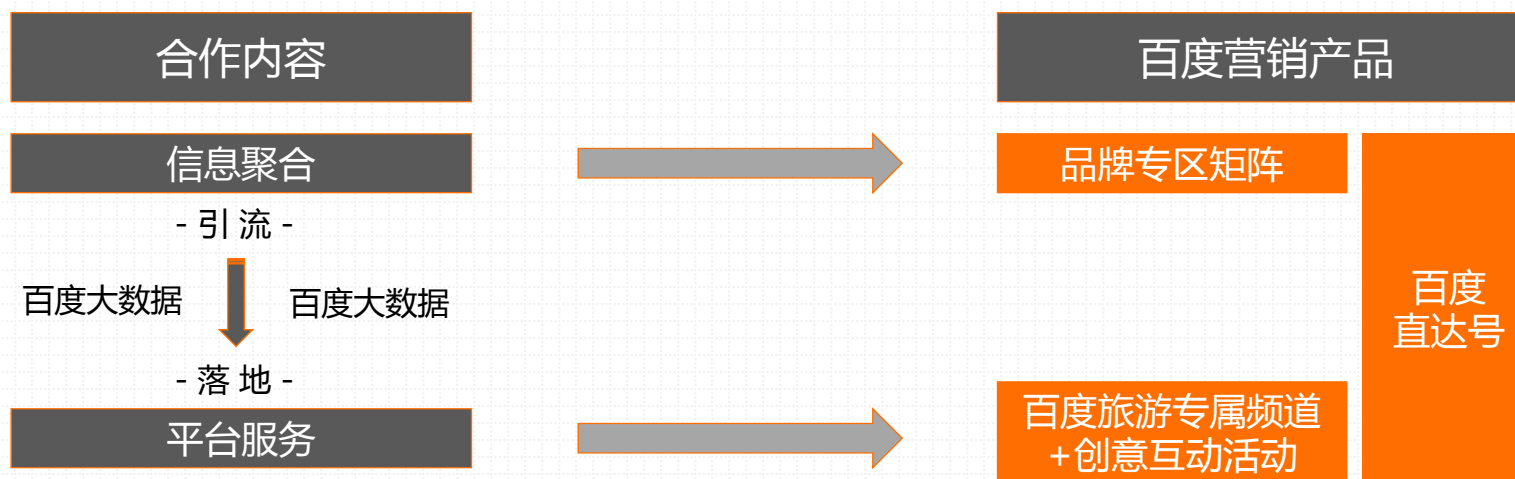
百度旅游频道：汇集大量旅游兴趣人群，尚未与品牌进行商业合作，可谓是一篇尚未开垦的肥沃的处女地。官方网站备案，网站权威性有余，趣味性互动



中国传媒大学MBA学院
MBA COLLEGE OF CHINA UNIVERSITY OF MEDIA AND COMMUNICATIONS
国际管理案例库 国际品牌案例库

PART 3 营销策略

- 基于福建旅游局的特殊情况，在这个项目上，我们并不仅仅将百度视为连接消费者与品牌的渠道，更是把百度视为品牌阵地的一部分。
- 我们如何做到？在百度的重点产品及非标产品中，找到旅游类受众经常使用的产品，结合福建旅游特色进行改造，就是现阶段最适合福建旅游局的互联网营销之道。



PART 4 项目执行

1



根本

官方阵地搭建
差异化品牌塑造

2



砖瓦

品牌专区矩阵
引流促曝光

3



锦花

创意活动策划
大数据贯穿营销全程



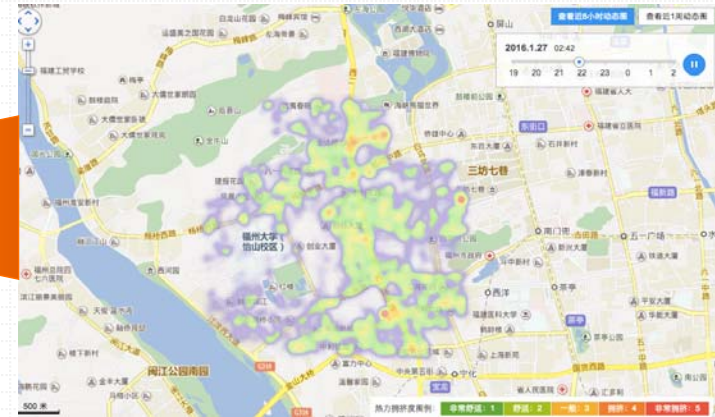
中国管理大学MBA学院
用管理诠释成功 用智慧改变世界

PART 4 项目执行-官方阵地搭建



PC端：清新福建体验馆-福建旅游的大观园

基于百度旅游，为广大旅游爱好者，提供更全面了解福建概况、福建美景、福建旅游咨询的平台，并同时开放与网民交流的问题平台，给网民更直接和福建旅游对话的机会。



景区实时近七天热力图，为正在福建旅游和即将前往的用户提供人群密集程度的参考



中国传媒大学MBA学院
网络学院
网络学院

PART 4 项目执行-官方阵地搭建

移动端：百度直达号-掌上的福建智慧游利器



- 只需在手机百度搜索品牌词前加上“@”（如“@福建旅游”），直达号即被触发，用户就可真正体验“智慧游福建”，除了美景美食旅游线路图，更支持查看实时富氧含量值、PM值以及检索热度；
- 充分利用碎片化时间，让已有福建旅游意愿的用户，能够随时随地获取当地各项信息，全面连接人与服务，打造全新的景区旅游闭环生态链。



PART 4 项目执行-品专矩阵建立



网页
品专

- 作为福建省旅游局的官网名片，面向百度流量最大频道的所有网民。
- 当网民在百度网页频道搜索“福建旅游”相关资讯时，百度网页频道将展现福建省旅游局精心准备的图文介绍材料，通过强烈的视觉感官吸引网民关注，建立“清新福建”的第一印象。



中国石化大学MBA学院
MBA 2015-2016 年度
最佳管理案例奖 最佳营销案例奖

PART 4 项目执行-品专矩阵建立

新闻品专



展现福建实时新闻，去伪存真，维护品牌官方形象，对百度上与福建相关的新闻进行有效管理。

知道品专



图片品专



针对福建省旅游局已有的宣传视频，在网络上进行强曝光

视频品专



将福建省内最有吸引力，最真实的照片信息进行整合展现，用美图引发旅游欲望

与网民进行一对一问答沟通，过滤错误答案，让对福建旅游有疑问的网民，便捷找到最准确的答案。



中国传媒大学MBA学院
国际经验 品牌 国际品牌协会理事

PART 4 项目执行-品专矩阵引流



中国石化大学MBA学院
 国际经验 国内名师 培养精英 服务社会

PART 4 项目执行-创意活动强互动

| 日期 | 2016.3 | 2016.4 | 2016.5 | 2016.6 | 2016.7 |
|----|--|---|---|---|--|
| | 高铁主题 | 春之旅 | 展会推广 | 毕业季 | 品茶之旅 |
| 主题 |  <p>福建高铁主题 活动</p> |  <p>清新尚春之旅 主题活动</p> |  <p>海峡旅游博览 会主题活动</p> |  <p>毕业季暑期之 旅主题活动</p> |  <p>福建品茶之旅 主题活动</p> |

以百度大数据为参考，挖掘用户痛点，
结合福建旅游局市场政策与热点节日，
推出不同主题的创意活动
强化福建旅游品牌认知的同时，加强与用户的互动
通过整合线上媒体对活动进行推广



中国财经大学MBA学院
MBA 学院
中国财经大学MBA学院
中国财经大学MBA学院

PART 4 项目执行-大数据应用

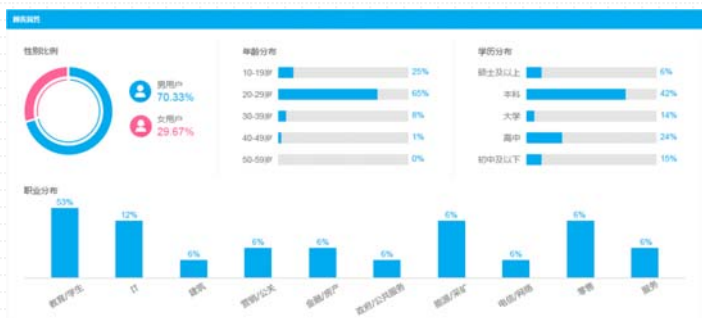
通过大数据提升营销效率、助力市场决策



城市预测——精准预测城市旅游热度，直观展现客流走向及分布



景点及客流量预测——精准预测景点拥挤度，方便用户出行选择，协助景区做好拥挤预警&游客分流



游客画像：

- 性别、兴趣、年龄、行业。
- 国内游偏好、国外游偏好。
- 游客关注点分析



游客迁徙：

- 客源地分析
- 目的地游客行为分析
- 了解目标客群旅游轨迹，景区偏好，辅助提升旅游线路游客体验。



PART 5 效果评估与社会价值

【效果评估】

自项目上线之后，相关推广物料点击率迅速上涨。

自2015年9月30日上线到2015年12月31日，清新福建体验馆主要数据如下：



中国石化大学MBA学院
中国石化大学MBA学院
中国石化大学MBA学院

PART 5 效果评估与社会价值

【社会价值】

03

可复制性

- 为政府机关如何借助成熟互联网媒体的力量，实现营销的互联网化以及智能营销提供了可复制性的营销思路
- 为暂无官方阵地，或阵地不完善的传统广告主尝试互联网营销提供了可复制性的营销路线；

01

整合性

- 整合PC端与移动端，跨屏触达旅游类用户，实现人与服务的全面连接。
- 大数据智慧营销与内容营销相结合。让技术更有创意，让内容更有据可依。

02

突破性

- 作为百度旅游频道商业合作第一例，为百度旅游的商业化试水提供了一条行之有效的道路；
- 探索了百度直达号与政府机关合作的新可能，大数据的应用也推动了政府办公的智能化。

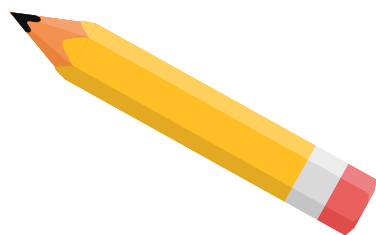


中国石化大学MBA学院
中国石化大学MBA学院
中国石化大学MBA学院

PART 6 结束语

在百度上建立起福建旅游局官方阵地，是福建旅游品牌打造的第一阶段。下一步，我们还会结合品牌需求及受众喜好，在百度旅游频道策划和推广各种创新互动活动，将清新福建的形象传达到更多受众。

福建旅游局在百度创新营销产品的积极尝试，也反映出政府机关拥抱互联网+时代的积极态度，未来，我们希望在此成功案例的基础上，为政府机关试水互联网营销领域提供更多创新思路。





感谢聆听
THANK YOU!