

携程-《二十四小时2》互动营销案

- ◆ 广告主：携程旅行网
- ◆ 所属行业：旅游
- ◆ 执行时间：2017.02.03-04.07
- ◆ 参选类别：内容营销类

案例视频

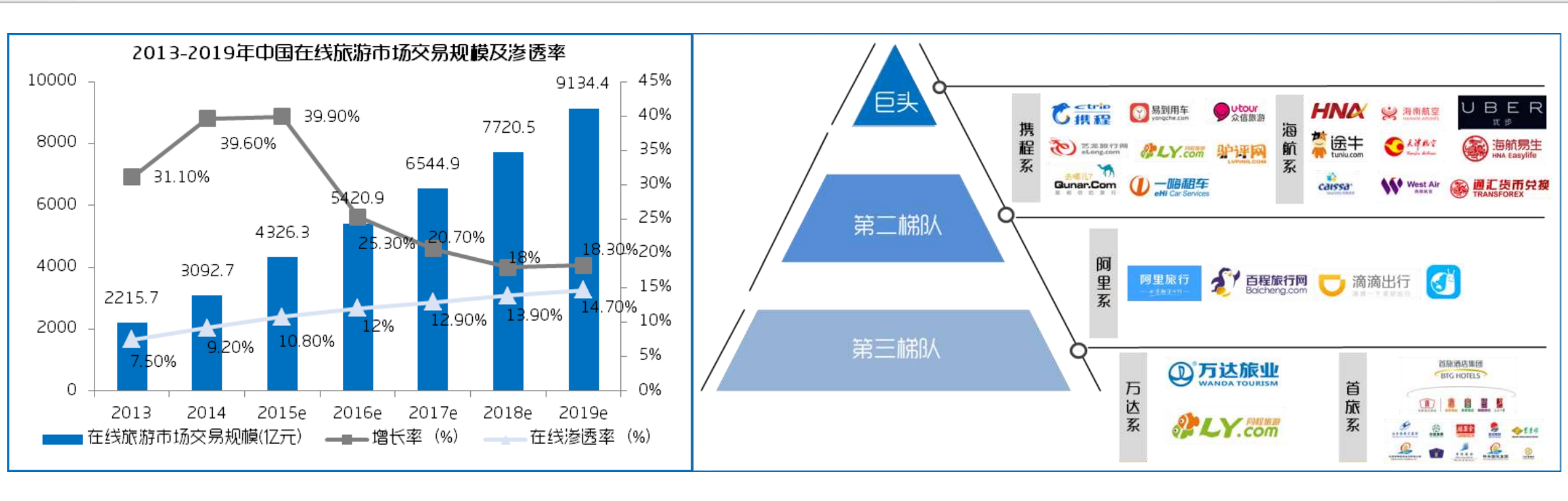
请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/r0530rodgr8.html>

或者
扫一扫看视频



背景：在线旅游市场发展前景广阔，行业竞争日趋激烈



2017伊始，作为行业领军品牌的携程，如何打好开年营销第一战？



目标：利用综艺场景营销提升销售转化

- 作为在线旅游领军品牌，携程希望通过与浙江卫视火爆综艺《二十四小时》第二季的强强联合，进一步深化使用场景，全面提升品牌从功能、到情感和理念的传达，营造营销热点，提升关注度，并刺激销售转化，达到营销目的。

浙江卫视

功能UP



一键定酒店



潇洒全球购



扫码轻松付

服务UP



贴心管家



宾至如归



炫酷私物

周边UP



体验店曝光



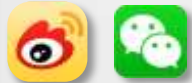
明星来站台



萌物齐出境

携程以使用场景潜移默化、明星站台绑定粉丝、门店曝光人气提升，完成品牌从功能到情感理念，再到销售转化的传播提升

定制海报火热传播
链接明星热度



双微炒热 话题传播
以明星到店引领活动&周边火爆

- #携程陪你二十四小时#
- #哄抢携程丽江店#
- #丽江携程体验店#

.....

- 内容上—加深节目&明星和品牌的理念&场景结合
- 传播上—通过社交话题的炒热实现节目&明星与品牌的绑定
- 线下一通过同款定制产品开发与周边拓展实现销售的转化



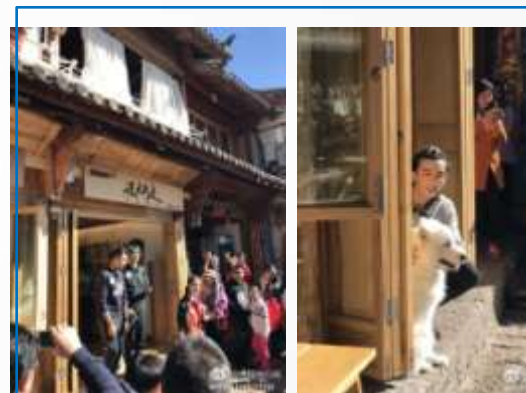
以明星同款旅游线路为主卖点展开定制



以明星经济带动线上线下的门店
旅游产品与明星周边的火爆销售转化

兼顾节目中的深度与广度

1. 承包节目中所有的出行、酒店、预定等旅游场景，深度关联品牌
2. 单期深度挖掘，提示产品功能，展示线下门店与周边产品，展现风貌情感，提示品牌理念



与出行旅游强绑定

单期深度门店绑定

携程打造IP大“定制” 围绕节目与明星层层定制

赢云南线路+旅行装备 明星同款1元抢

第1小时 跟明星选装备

二十四小时明星同款
Crazy YOYO旅行装备+云南游
1元抢

第4小时 领红包省旅费

输入手机号
输入中文验证码 **另尽讨帆**
输入短信验证码 **获取验证码**
领红包

第8小时 同款定制限量抢

携程丽江体验店·追星周边免费送

- ① 活动期间成功预订活动指定产品
- ② 前往《二十四小时》拍摄地——携程丽江线下体验店
- ③ 出示订单领取明星同款礼品

丽江一日游
玉龙雪山+冰川公园+《印象丽江》演出
可选丽江金龙客栈酒店住宿
638元起

第18小时 挑明星同款周边

CRAZY YOYO 黑色28寸拉杆箱
原价 ¥558 **¥459 限时特惠**

CRAZY YOYO 双层免持式晴雨反向伞
原价 ¥96 **¥56 限时特惠**

CRAZY YOYO 连帽卫衣 斑马廓款 (2款可选)
原价 ¥249 **¥188 限时特惠**

CRAZY YOYO 优质亲肤手机壳 (6色可选)
原价 ¥35 **¥29 限时特惠**

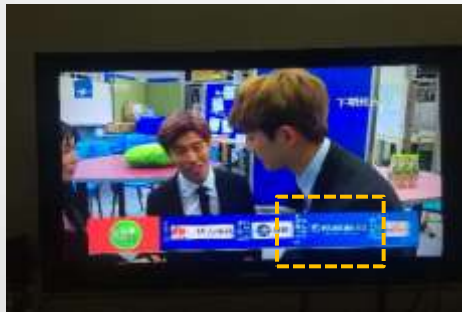
携程紧跟3月3日节目中的“携程旅行丽江店”深度植入场景，
 打造“携程陪你二十四小时”活动，推出同款旅游线路+旅行装备+明星周边，
 利用抽奖、众筹、红包、限量、赠送等销售手段，
 微信微博双互动，共同炒热话题，从而达到提升销售转化的核心目标。



利用社交大影响 引爆线下体验店

在3月3日“携程旅行丽江店”节目播出同时，携程推出#哄抢携程丽江店#话题，通过双微平台的持续发酵，引发起社会话题，同时也吸引了广大微信KOL的关注，频频转发，从而完成了线下体验店在线上线下的宣推预热；同时，携程在促销活动中将线下体验店作为领奖终端，大大提升了店面人流量和周边动销转化。

权益		第一期	第二期	第三期	第四期	第五期	第六期	第七期	第八期	第九期	第十期
片尾鸣谢	计划	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期
	实际	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期
品牌小提示条	计划	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期
	实际	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期
口播	计划	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期
	实际	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期
压屏条	计划	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期
	实际	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期	2次/期
标版	计划	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期
	实际	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期	1次/期



片尾鸣谢



压屏条



品牌小提示条



标版

赞助权益：品牌露出，10期节目保证150秒品牌元素的露出

权益	第一期	第二期	第三期	第四期	第五期	第六期	第七期	第八期	第九期	第十期	合计	完成率
植入时长	66秒	52秒	45秒	45秒	79秒	54秒	53秒	46秒	53秒	48秒	541秒	360%

物品使用



LOGO露出+产品介绍



APP使用

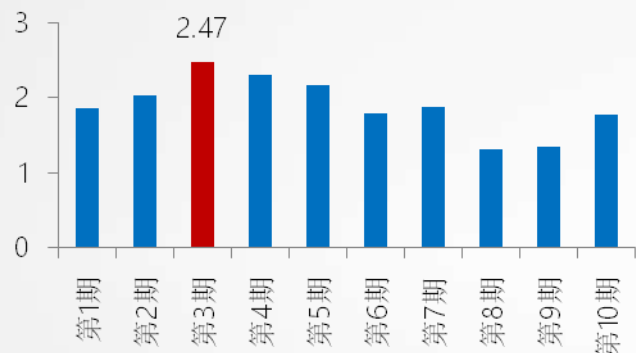


概念店铺深度植入



品牌曝光成果：

电视收视居高 声量UP



数据来源：CSM，4+，52城市组，收视率，2017.2.3-4.7

视频播放爆表远超同期 影响力UP

节目	播出平台	总播放量
二十四小时2	爱奇艺、腾讯、乐视	749,118,000
同期其他栏目	芒果TV独播	557,504,000
同期其他栏目	爱奇艺独播	51,085,282

数据来源：爱奇艺、腾讯视频，乐视，截止日期2017.4.11

社交火爆 关注度UP

百度指数——最高值**1,005,902**

新闻报道——**8千**余篇

微博主话题——阅读量**36.9**亿

定制海报单次自然传播曝光均**超10万+**

“**丽江携程体验店**”话题——

- 微博总阅读数超**6764万+**

- 微信总阅读数超**100万+**

活动营销成果：

同款线路互动活动



整体曝光达**1亿+**

周边众筹抽奖活动



上线**1天**即全数筹满
发放红包数量**400万+**

线下店面引流



活动期间线下体验店
日均人数提升**140%**

同款周边独家优惠



活动期间周边产品售卖量
较之前提升**2倍**

网络播放总量超**7亿**，远超同期其他综艺

节目	播出平台	播放量总计
二十四小时2	爱奇艺、腾讯、乐视	711,805,000
神奇的孩子	芒果TV独播	557,504,000
越野千里	爱奇艺独播	51,085,282

《二十四小时》第2季各平台网络播放量概况

平台	爱奇艺	腾讯视频	乐视
播放量	147,549,000	184,256,000	380,000,000
占比	20.73%	25.89%	53.39%

视频播放覆盖人数多次突破**200万**

《二十四小时2》网络PC端概况

周	视频播放覆盖人数(万人)	总有效播放时长(万小时)	日均有效播放时长(万小时)	人均有效播放时长(分钟)
01.30-02.05	186.47	124.06	31.02	39.92
02.06-02.12	266.09	238.96	34.14	53.88
02.13-02.19	179.97	185.74	26.53	61.92
02.20-02.26	182.92	207.91	29.70	68.20
02.27-03.05	259.37	183.28	26.18	42.40
03.06-03.12	202.90	243.34	34.76	71.96
03.13-03.19	146.10	121.00	17.29	49.69
03.20-03.26	240.53	185.93	26.56	46.38

➤ 视频播放覆盖人数最高达到266.09万，人均有效播放时长达46分钟

多次摘得话题榜及疯狂综艺榜桂冠



数据来源：艾瑞iVideoTracker，2017.1.30-3.26

数据来源：微博话题榜，疯狂综艺榜，2017.02.01-2017.04.08

母话题+子话题阅读量近**40亿**，多次登上热搜榜

《二十四小时2》热门话题量

话题	阅读量	讨论量
#二十四小时#	36.9亿	860万
#吴磊二十四小时#	4.3亿	91.3万
#董力二十四小时#	3.5亿	242.1万
#韩庚二十四小时#	3.5亿	223.9万
#陈坤二十四小时#	9232.9万	11.3万
#大张伟二十四小时#	1764万	12.4万
#董力跑调#	1995.9万	1.2万
#二十四小时尬诗#	1066.7万	5.3万
#吴磊董力搞笑互黑#	838万	10.4万
#厉害了韩庚#	796.4万	12.4万

子话题

#二十四小时尬诗#
#陈坤男友力#
#吴磊董力搞笑互黑#
#厉害了韩庚#
#陈坤放飞自我#
#陈坤大张伟老铁记#
#陈坤韩庚拼颜值#
等话题

纷纷登上热门话题总榜、综艺榜

TOP1

好评如潮，各路大咖纷纷推荐点赞

媒体大号



行业大号



娱乐大号

