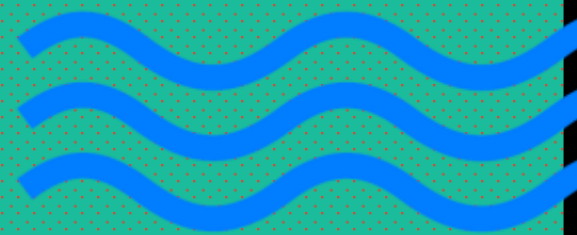


中国移动





出境用移动就Go了

多款热门出行方向流量包
1-30天自选天数订购
流量畅享 达量降速
价格低至19.9元/天



案例名称：全球漫游计划

广告主：中国移动

所属行业：移动网络

• 合作背景

伴随着社交网络的普及，网络已经成为大家出境游必不可少的一项
移动端网络的使用加速了信息的传播，打破地域限制增强异地连接

步入网络捆绑的出境旅行新时代

然而，因网络产生的出境游问题又常常干扰着千万旅行者们

开网麻烦又**拖延**



即可出发
忘记购买境外流量卡

信号**弱**到炸



信号Wi-Fi不稳定
网络失联

出行必**抱团**



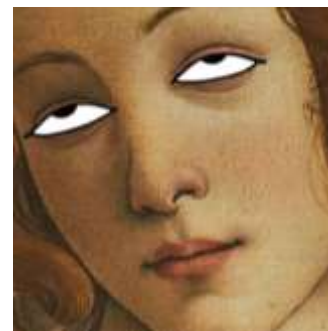
多人一网捆绑式
无法单独行动

免费WIFI还得**付**



免费Wi-Fi不安全
个人隐私被盗取

钱包被网络**掏空**



未开漫游
资费高出天际

• 合作目标

中国移动国际 / 港澳台漫游业务优势显著

希望借助旅行平台，提升旅行者对产品的认知，加深品牌影响力，提升有效订单转化

涉及多国
目的地业务

与157个国家/地区开展合作，与多国当地运营商联手提供稳定网络

即开即用
安全稳定

开通操作方便
随时接收家人&外交部提醒短信

资费封顶
流量任用

价格封顶，流量任用
再也不怕网络资费掏空钱包

无需换卡
方便携带

无需其他设备关联
无需换卡换号

合作策略

2018 全球漫游计划创意策略

线上线下联动，场景化内容互动，让旅行者直观了解中国移动国际漫游产品优势

2018.08

2019.01

前期覆盖 内容营销

背书式营销

攻略书内容植入
[穷游锦囊]

品牌信息自然
植入专业PGC内容
直接覆盖千万旅行者

口碑式营销

KOL攻略植入
[KOL游记]

精选优质达人
在高质游记中
植入品牌信息

优质PGC+UGC强势覆盖
引导中国移动国际/港澳台漫游是出国必备品的趋势

中期聚焦 互动营销

互动式营销

定制化H5活动
[品牌创意H5]

挖掘产品使用场景
趣味互动吸引
用户分享

体验式营销

体验者招募
[穷游体验馆]

招募网友全球
旅行体验中国
移动漫游业务

沟通式营销

线下沙龙
[穷游沙龙]

漫游场景植入线
下活动实时解答
用户难题

深挖需求+多维互动聚焦用户关注
培养用户对中国移动国际/港澳台业务的情感关联

后期引爆 事件营销

场景式营销

平台特色合作项目
[穷游快闪店]

穷游特色趣味活动
紧锁旅行者注意力
品牌权益全程体现

大型事件引爆全网关注
树立立体化的品牌认知

• 创意与执行

互动式营销-H5-《旅行分工计划梳理表》

深挖痛点 产生情感关联



主题方向：无论是朋友，情侣还是家庭出游，总会因分工而吵吵闹闹，H5深挖旅行中分工痛点，通过有趣互动，为旅行者安排一场完美不吵架的旅行；体现中国移动境外漫游包是最贴心的出行好帮手！



 手绘设计风格

 互动角色扮演

 风趣内容文案

 品牌固定展示

• 创意与执行

互动式营销-H5-《父母旅行型格大揭秘》

热点话题 引发用户共鸣



主题方向：带父母出行已逐渐变为当下旅行的热门话题，从目的地选择到安全确认往往令父母和孩子忧心忡忡。通过父母旅行型格解密，推荐带父母最佳实用指南，随时与父母取得联系，安全感满满的！



📖 当下热点话题

👤 性格喜好分析

📍 行程量身定制

📋 产品优势展示

• 创意与执行

互动式营销-H5-《父母旅行型格大揭秘》

UGC互动 强化社交属性

主题方向：通过极限旅行冒险，测试问答形式，揭秘旅行人格及推荐目的地；推荐目的地完美涉及中国移动国际漫游包覆盖业务。一对一匹配，体现产品业务覆盖广的优势。



趣味UGC互动



小众玩法推荐



目的地产品优惠信息推荐

• 创意与执行

全球漫游计划分享会-线下沙龙

- **沟通式营销**：行业达人讲者讲述与品牌相关的旅行经历和故事，植入品牌业务推广信息，同时配置线上资源推广活动，品牌更大量级曝光，定制明信片周边奖品强互动。



定制明信片周边奖品激励用户参与讨论



3期兴趣维度主题：美食/拍摄/探店

现场直击 实用分享 专业解答
从科普到下单 只要一场分享会的时间

• 创意与执行

“移”步出境 漫游逃离计划-快闪活动

► **场景式营销**：跨界快闪旅行，大物化小物场景概念打造，通过将目的地装进旅行箱里，将机场行李转盘为起点，把旅行中的场景高度还原；并通过趣味闯关打卡的形式引发用户参与拍照，解锁漫游礼包



台湾站：将景点装进箱子里，拼图闯关



日本站：将碎片记忆装进箱子里，Ins牌合影



意大利站：移动的城市，推动摩托车并合影留念



目的地行李箱主视觉



闯关成功获取漫游戳

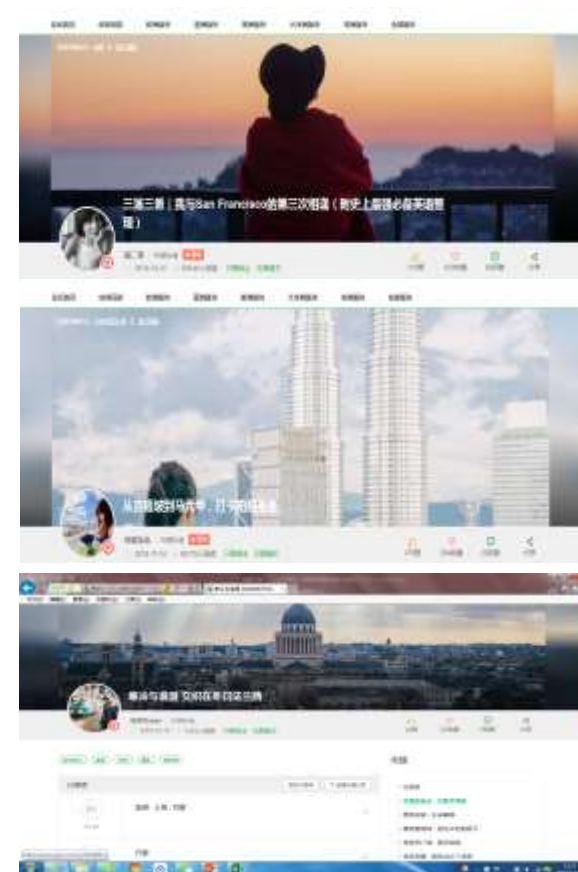
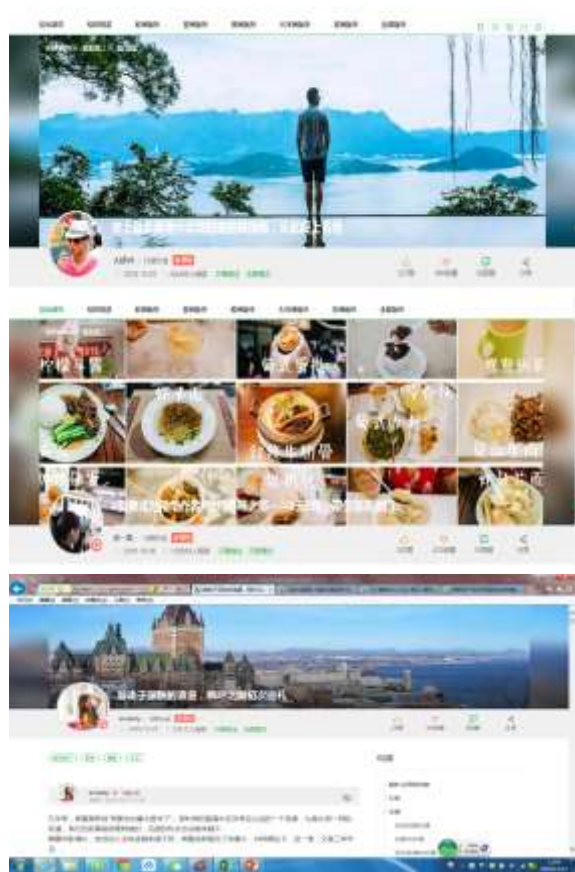


漫游行李箱大礼包

• 创意与执行

全球漫游开拓者—多目的地达人出行

- **多维度口碑营销**：精选16位行业领袖分别从美食、摄影等不同兴趣维度出发，前往不同目的地切实体验产品，产出优质内容，站内站外有效传播，有效带动订单转化



16位行业领袖口碑强社交 重新解读目的地 掀起全网讨论热潮

• 创意与执行

移动漫游体验官—体验馆

全网招募免费尝鲜体验 最真实使用体验口碑

➢ **体验式营销**：15个免费名额带产品出行，以在旅途中切实体验产品，反馈真实感受。体验式互动，拉近产品与用户的距离，提升好感度，带动购买意向



用户留言评论想要带品牌出行的目的地及原因

15名留言优质者获取出行机会
产出15篇多目的地真实体验报告

• 创意与执行

漫游锦囊攻略—锦囊植入

- 原创专业PGC锦囊攻略植入：筛选热门及漫游包业务涉及的目的地锦囊，包括不限于中国香港、日本东京、等国家城市，作为行前行中的靠谱“伙伴”，实用指南触达千万旅行者



15本锦囊 15个热门目的地 PGC专业背书 精准覆盖用户行前，行中攻略获取渠道

• 效果与亮点

*数据来源：自有后台数据

线上效果

锦囊，体验馆，H5

总曝光突破 **1.87亿**
互动点赞超过 **190万**

线下参与

沙龙，快闪活动

现场参与总人数超过 **1.5万**

口碑如潮

KOL游记，线下活动分享转发

40 余家站外媒体报导
站内游记超过 **147w** 阅读量

• 效果与亮点

线下快闪用户转发参与



• 效果与亮点

社区多维内容提升用户决策效率

精准触达

品牌强曝光

出境游场景化整合营销，以出境游用户需求为出发点，整合最具价值的线上线下资源，为出境游用户提供多场景产品体验，借助穷游平台优势，将品牌方“出境用移动就go了!”的概念传递，给千万旅行者带来属于移动用户的惊喜与体验，让用户对世界上瘾，对移动流量包上瘾~

引起共鸣

产品深种草

资源形式从灵感种草到尝鲜体验多线布局，覆盖用户行前-行中场景，加深用户感知，内容中同时增加用户购买指南。通过PUGC内容，线上锦囊，H5，达人游记，体验馆等内容，为用户提供真实、直观的参考意见；精准匹配用户出境需求，有效提高用户行前预订决策效率，缩短个人比对和攻略周期，帮助用户选择出境网络最佳产品。

激发共情

场景广拉新

跨界品牌线下活动，营造孟菲斯美学视觉体验，吸引广大用户围观。穷游作为国内领先的出境游服务平台，将创造定义旅行作为品牌宣传的新倡导，以不同角度打开用户对于旅行的新认知。主题内容结合境外出行场景，设置趣味场景体验，使用户在互动过程中了解中国移动国际漫游产品的特点及优势，引导目标受众产生消费行为，促进用户购买行为。

旅途永无穷尽