

# 皇家加勒比·Get Live之畅游太平洋

- ◆ 广告主：皇家加勒比
- ◆ 所属行业：游轮
- ◆ 执行时间：2016.08.17-2016.08.22
- ◆ 参选类别：视频直播营销类

# 案例视频

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMTc1ODU1ODA1Mg==.html](http://v.youku.com/v_show/id_XMTc1ODU1ODA1Mg==.html)

# 背景&目标

## 背景&目标



## TARGET



提高品牌知名度和影响力

触动用户内心

燃起他们对舒适高端游轮旅游的渴望

最终引导他们至官网预定下单

根据2015年中国旅游研究院发布的《中国出境旅游发展年度报告2015》显示，国民出境游人数首次过亿，境外消费能力高，然而高端游轮旅游在国内的普及程度不高但前景巨大。此次Campaign的目标就是通过时下最热的视频直播，展现给消费者鲜活的游轮旅游体验，从而提升皇家加勒比的<sup>®</sup>品牌知名度和影响力，提高销售额。



Top  
Mobile  
Awards

---

# 洞察&策略

# 旅行家

25-40岁

♀ 56%    ♂ 44%



爱旅游，每年3次以上  
爱摄影，有说走就走的态度



城市白领，消费中  
坚力量



文化程度普遍较高  
热爱社交，兴趣广



关注户外用品

## 以新鲜的、真实的、具有冲击力的直播带给客户超凡体验



- 主要的推广形式——直播在当下受到广大受众的关注和参与，享受型产品更容易令用户冲动消费。通过消费者洞察发现直播的形式对于用户而言是直接的、新鲜的、真实的、所见即所得的并且跟活动目标密切相关。
- 由于活动的受众群体为现代消费中坚力量，直播可以极大地触动用户内心，燃起他们对舒适旅游的渴望，点击直播画面可以直接跳转至官方预定页面，引起用户的冲动消费。

# 媒介&执行

## 船上直播

- 直播期间，展示皇家加勒比赞礼号的各种服务设施、娱乐项目和美食，吃喝玩乐播不停
- 主播在船上采访游客，并设置了有奖问答小游戏，被采访的游客若回答正确，都获得媒体提供的礼品一份
- 直播间的图文直播页面放置官网直购链接，可直接转化为购买，同时网友在直播时进行抢楼活动，看直播，发评论，拿奖品



## 直播截图



## 游轮互动



# 网友互动-话题发布



## 上线话题板块，加入话题一起HIGH

- 话题频道为用户主动发布的话题内容（图文形式），其他用户可以关注，评论
- 编辑发布了关于皇家加勒比游轮的话题“游轮上最好吃的美食”，并引导其他用户发表#皇家加勒比#话题，最后挑选用户发布的评论数最多的话题（5名用户），赠送船票一张

## 皇家加勒比任务赢取徽章得船票



- 活动期间，媒体任务系统设立了**皇家加勒比任务**，用户**完成**任务，**可领取皇家加勒比旗下四艘游轮**的徽章
- 用户打开社区频道，即可看到头像旁边增加的**四枚徽章**，同时用户名下会出现**皇家加勒比logo**
- 完成任务的用户发送截图至**媒体官方公众号**，我们抽取最先完成任务发送正确截图的**2名用户**，**获得免费船票一张**





## 品牌专区定制

为皇家加勒比搭建品牌专区，为用户带来全方位出行度假的指南，专区内容包括：

- 岸上观光：热门目的地（日本、韩国、台湾、泰国、菲律宾、马来西亚等）玩法
- 皇家船队：介绍皇家加勒比的游轮船队
- 船上体验：皇家加勒比国际游轮的每一条船都是备受家庭出游欢迎的时尚游轮（船上有包括亲子，美食，娱乐等的休闲活动）
- 旺季旅游宝典：旅游旺季该去哪玩，有哪些节日及景点、旅游地的注意事项等

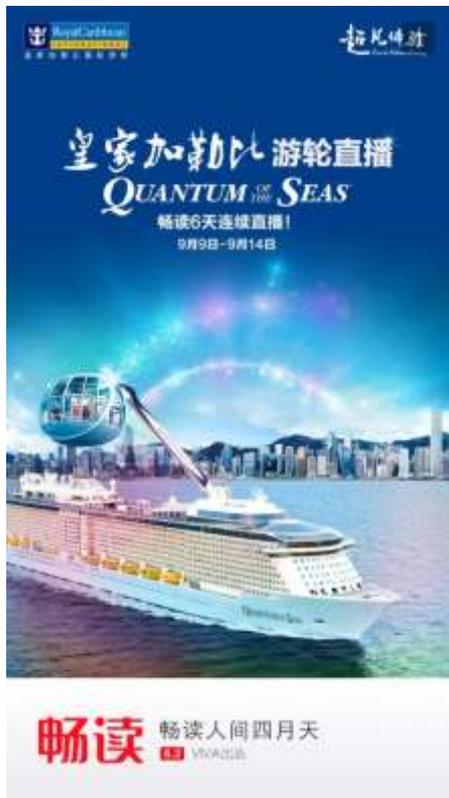
## 幸运大转盘奖品植入



- 幸运转盘为用户系统内用户**每日都会点击**的抽奖活动，用户每天有一次免费抽奖机会，同时也可使用10V币进行多次抽奖
- Campaign期间皇家加勒比游轮游作为抽奖项目，有效地使品牌信息露出



# 巨幅焦点图、商讯直通车、开机启动页



硬广资源大曝光，  
引导用户至直播  
间及官网

# 效果&反馈



曝光量：93,689,747



日均观看直播人数：  
695,463



总点击数：2,849,874



直播间评论数：9,500

经统计，硬广总曝光量：93,689,747，总点击数：2,849,874，平均点击率：3.04%。；畅读客户端中关键词“游轮”的搜索率提高150%，预定游轮意向提高80%，共达成6000万意向金额（客单价5000元）相当于两艘游轮的销量。

## 主播及现场人员反馈



# 获奖用户体验反馈



# 获奖用户体验反馈



# 获奖用户体验反馈

