



宇宙第一大行的内功心法 IAI金融营销奖

申报单位：途牛旅游网

目录

Contents

- 01 背景&目标
- 02 策略与创新
- 03 客户体验
- 04 项目成果

01

Part One

背景&目标

背景&目标

庄子说：“**气变有形，形变有生**”，以气来表示万物的本源。自春秋以来，人们对“气”的认识进一步的丰富。无论如何，气在武术中占有重要的地位，被视为武术的原力和根本，是武术的生命和精微所在。而武术内功除了增强体质外，更重要的是**增加击打的力度和内劲**。

作为宇宙第一大行的工商银行，一直苦修内功，打造了全新的**爱购系列营销**。
巧用加法，活用品牌，气运生态，通经络，养百脉，打出了一套漂亮的组合拳，大胜而归。

背景&目标

疫情期间、预期收入降低


“消费互联网”向“产业互联网”转移

“增量经济”向“存量经济”转换

“移动支付”大规模替代“卡基支付”传统

“本代本”刷卡

爱购活动面临着制度障碍和消费无收入的窘境



如何进一步
激发个人客户的消费热情
并壮大收入基础

以总对总合作为基础
线上线下促销结合
建立全新的平台

02

Part Two

策略与创新

一、巧用加法

$$1 + 1 + 1 + 1 + 1 = 5$$



起落架 + ... + 发动机 + 机身 = 飞机

品牌 + 用户 + 技术 + 数据 + ... + 公关 = 营销

一、巧用加法

积极联合途牛合作伙伴，整合工行+途牛+目的地或旅游局资源，巧用加法，开展定制化旅游消费活动，形成**1+1+1>3**的效果。

项目	爱购途牛	爱购凤凰	爱购四川	爱购广西	爱购三亚	爱购双十一	爱购双十二
曝光量	9000万	1061万	288万	197万	309万	667万	876
参与人数	35630	1088	1026	863	1195	4609	4924



二、品牌，就是你愿意和它自拍

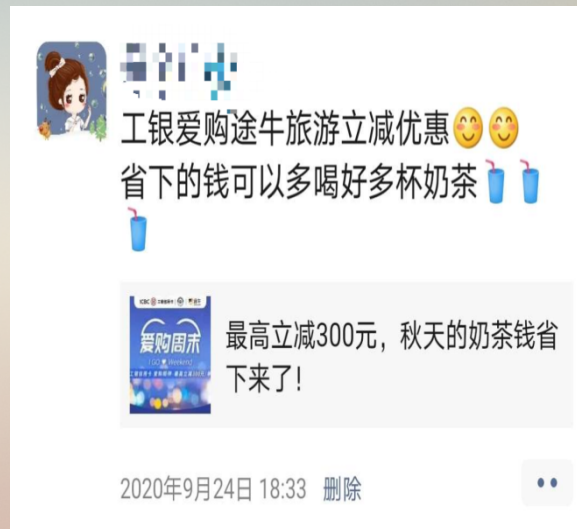
你想喝咖啡了，自己点一杯，这未必是品牌。但是，你愿意带你的朋友，一起去某个咖啡店喝一杯，这就是品牌。

再比如，你买了一双球鞋，自己跑步的时候穿，这未必是品牌。但是，你买了之后愿意拍一张照片，并且晒到朋友圈，这就是品牌。

走路上突然想上厕所，没有公共厕所，这时候你只看到一家中餐厅和一家肯德基，你说你会去哪家上厕所？大概率是肯德基，但你琢磨过为什么？很简单，你和中餐厅之间，除了消费没有别的关系，但是你和肯德基之间，有很多层次的关系，你和它的互动没有任何负担，这就是品牌。

打造“**爱购途牛**”营销品牌，并将品牌IP化，通过开展持续营销活动，及阶段性活动，使品牌更具有性格和互动性，以吸引消费者的关注，产生更多的互动和社交属性，提升品牌的口碑和认知度，从而获得更多的信赖。让消费者愿意去分享工行爱购系列活动，愿意去拉上朋友一起去参与，这就是品牌。

二、品牌，就是你愿意和它自拍



爱购品牌得到了广大消费者的热爱，真正的品牌，就是愿意分享给更多的朋友，让更多朋友感受到自己的喜悦。

爱购，就是你愿意和它自拍



目的地活动

爱购湖南·凤凰
爱购新疆
爱购三亚



节点活动

爱购中秋、国庆
爱购双十一
爱购双十二



公益扶贫

爱购四川
爱购广西

三、宇宙第一大行玩儿生态圈

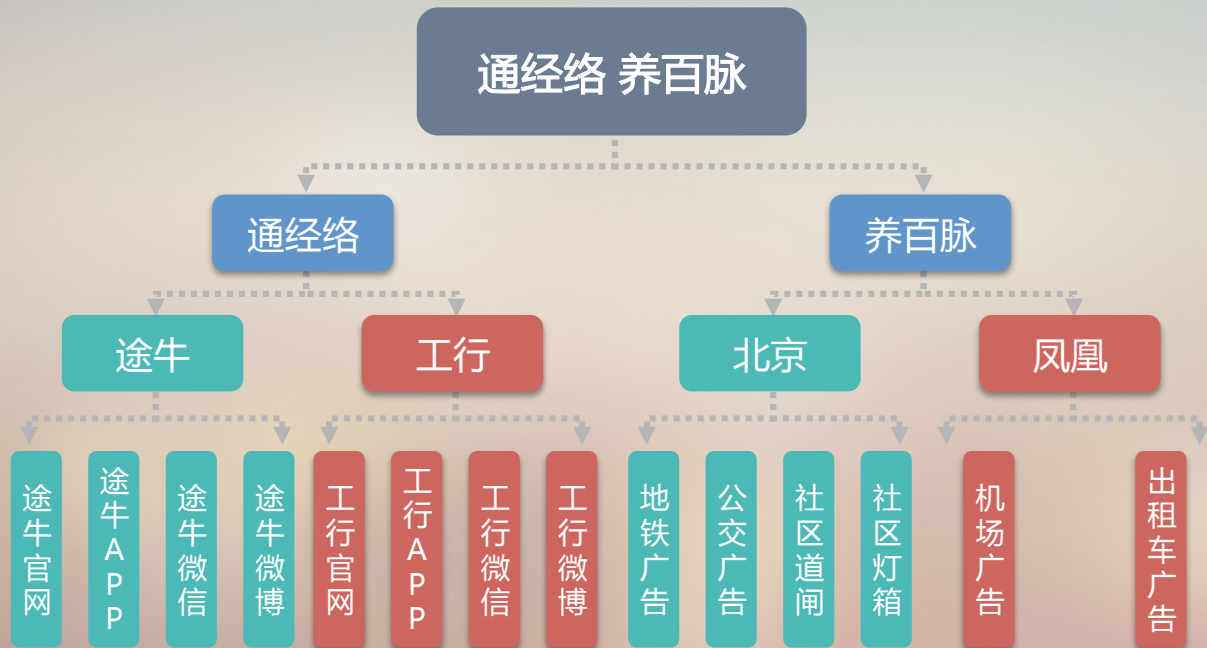
立足贫困地区资源禀赋、产业特色，发挥金融+旅游的资源优势，积极推动精准扶贫跨界合作，共同助力贫困地区产业发展。



爱购凤凰：爱购凤凰”精准扶贫，为湖南特色农产品搭建线上销售渠道；同时，推动文化、旅游行业与金融服务的深度融合，让金融服务不断深入基层，惠及普通消费者。

爱购广西、四川：依托当地民宿客栈、网红餐饮、特色购物、景区、演出等千家优质消费场景，并引入途牛、美团点评、苏宁易购、工银e生活等平台，打造当地“旅游+金融+互联网”生态圈。

四、通经络，养百脉



四、通经络，养百脉



途牛微博



途牛微博



工行微博



工行官微

四、通经络，养百脉



高铁站



铜仁--凤凰机场



北京地铁灯箱

四、通经络，养百脉



长沙—黄花机场



北京公交车身

四、通经络，养百脉

5.2万

参与用户

6千万

交易额

4.5万

交易笔数

1.6亿

曝光量

5千万

当地GDP贡献*

数据来源：壹媒介（上海）广告有限公司北京分公司、壹媒界（北京）广告有限公司、成都新航联与盟广告有限公司、江苏永达高铁传媒有限公司、北京金色小麦国际广告有限公司、湖南东鑫文化传播有限公司、*根据国家旅游局数据中心标准，每增加一间夜过夜游客对当地产生700元GDP贡献。

03

Part Three

客户体验

一、客户体验度



活动产品覆盖面广，满足客户个性化需求

活动产品覆盖国内外产品，单资源和打包产品，自驾产品、跟团产品和定制产品，客户可选择性高



优惠力度高，给客户实际的优惠

阶段性促销最高优惠高达888元/单，普惠促销高达500元/单



优惠门槛低，让更多客户享受优惠

工行卡量高达1.4亿，满减门槛和途牛平均客单价持平



完善的客服体制，给客户更好的出游服务

途牛拥有3000多名客服，7天24小时无间隙服务，客户从出游前到出游中直至客户出游归来都有完善体制



活动时间长，预留客户办卡时间

活动时长长达半年，满足所有客户需求，预留给客户足够的办卡时间



可参与次数多，最大程度满足客户需求

活动最多可参与3次，阶段性活动可参加1次，满足客户全年出游次数需求

04

Part Four

项目成果

成果

2020.9.11-2020.12.31期间：

- ✓ 参与活动人数**5.2万+**，共产生订单**3.0848万个**
- ✓ 出游人数**4.7万+**，交易额**4000万**，ROI高达**1000%**
- ✓ 线上品牌曝光共计**1.6亿次**，覆盖人群**5000万+**；线下媒体曝光共计**1000万+**
- ✓ 工行刷卡交易占比从**6%**提升至**24%**
- ✓ 拉动爱购活动城市**GDP 5000万元+**



Thank You
