



**去哪儿×小米，让“AI”回家**

# 【市场背景】

## 2019春节依然回家很难

2017年全国春运旅客发送量为29.8亿人次

2019年的春运旅客人次将进一步上涨，预计会突破30亿人次

春节数以亿计的  
国人需要回家团圆

2019春运依旧一票难求

各大抢票平台  
繁琐的抢票流程及不  
定时放票规则

春节面对家人们的期盼

“如何顺利回家过年”充满了“不确定性”

# 【市场背景】

## 品牌环境



自2016年6月，去哪儿网推出独立火车票业务，经过几年的发展，去哪儿网已经完全具备抢票、购票、个性化选座等服务。

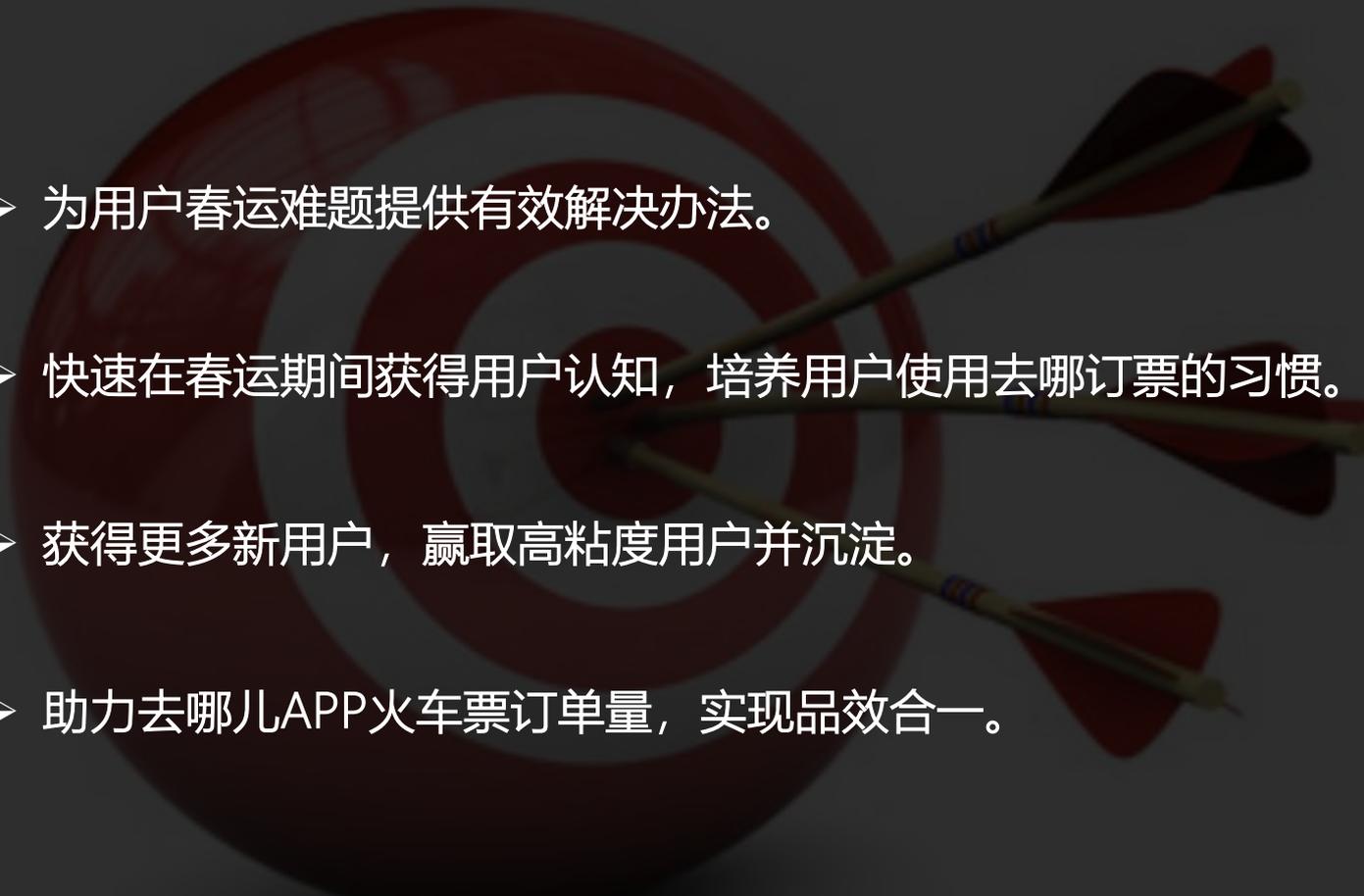
**但**在春运期间除了12306官方订票软件之外，至少还有58家平台推出了抢票软件，并且推出了有偿抢票服务。

**春节期间去哪儿网APP如何强势发声？**

**如何快速抢占用户的信任留存？**

**体验升级显得至关重要**

# 【营销目标】

- 
- 为用户春运难题提供有效解决办法。
  - 快速在春运期间获得用户认知，培养用户使用去哪订票的习惯。
  - 获得更多新用户，赢取高粘度用户并沉淀。
  - 助力去哪儿APP火车票订单量，实现品效合一。

# 【媒介洞察】



## 小米手机智能语音助理-小爱同学

一句话直达，优化用户体验

据后台统计，  
春运期间，每天约有100万米粉，  
习惯使用“小爱同学”查询出行需求。

# 【营销策略】

## “让AI回家”

为用户提供春节一站式的智能抢票体验

小爱同学+去哪儿火车票服务

智 能 化

小爱同学  
抢票一句话的事

定 制 化

悬浮球  
定制化实时抢票

福 利 化

AI抢票功能+锦鲤  
享受春节顺利回家福利

# 【具体执行】

一票难寻的春运，面对如此繁琐的抢票流程，如何顺利买到回家的票，成为民众春节期间讨论的焦点



- 1 打开app
- 2 编辑出发地
- 3 编辑目的地
- 4 选择日期
- 5 选择车次
- 6 点击抢票



如果小爱同学能一句话抢票?

# 【具体执行】

## 智能化：小爱同学线上抢票流程

6步化1步，一秒不耽误

### 普通抢票流程

- ① 下载去哪儿APP
- ② 安装APP
- ③ 打开APP，找到火车票业务
- ④ 编辑出发地
- ⑤ 编辑目的地
- ⑥ 选择日期
- ⑦ 点击抢票

最少需要 6 步操作！

### 使用小爱同学抢票

小爱同学

一句话就可直达！

抢票界面



已安装  
直达抢票界面

未安装  
下载去哪儿APP

# 【具体执行】

## 智能化：小爱同学创新资源进行多渠道流量引导 帮助用户快速建立认知



# 【具体执行】

## 定制化：抢票神器“悬浮球”， 24×7小时抢票不间断



对小爱说出“我要抢票”



小爱提示下载去哪儿



进入去哪儿春运抢票页面, 小爱悬浮球出现



订票完成后, 小爱悬浮球实时悬浮桌面



点击小爱悬浮球, 随时查看抢票情况



抢票成功

作为快捷入口, 缩短抢票路径, 实时监测抢票情况, 大幅优化用户体验。

同时, 悬浮球的上线, 增强了品牌曝光, 吸引大流量转化成单, 实现了品效合一。

# 【具体执行】

## 定制化：去哪儿春运抢票技能捆绑小米明星手机产品“小米play” 共同发布亮相

### 高曝光

#好手机自带流量#

小米play现场直播发布会，累计pv2500多万，实现高曝光。

2018年12月25日早上10点开始在

小米网/京东/天猫等渠道开卖

小米手机play“1005台”打破吉尼

斯记录，拥有高声量。



### 大流量

#去哪儿抢票捆绑明星产品

借势小米play手机产品，助力小爱抢票功能的曝光，吸引了大量用户流量，促进了去哪儿抢票的用户转化。

# 【具体执行】

## 福利化：抢票福利功能全面告知，福利锦鲤伴你顺利到家，小米社会化全媒体发声点赞

超级红人ip：雷总微博转发点赞

雷总点赞并转发微博，线上传播影响力：

2000W+，点评赞更有3000+



2



1

制作社会化素材，抖音病毒化传播

小爱同学，病毒“视频”h5，获得35万+的线上曝光，小爱同学官方抖音账号进行扩散传播



3

小米阵营社会化媒体合力发声

MIUI/红米官方微博、小米官方微信均站台发声

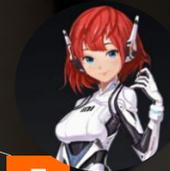
线上影响力高达：2500W

线上“锦鲤”活动

线上锦鲤活动，总曝光100W+，增强活动流量，保证活动效果，为用户赠送福利。



4



5

小爱同学社会化全媒体发声

小爱同学今日头条/微信/微博/抖音/小米社区/核心米粉群等多种线上传播渠道聚合发声

# 【营销效果】

## 小爱同学春运活动实现新客订单数



4%

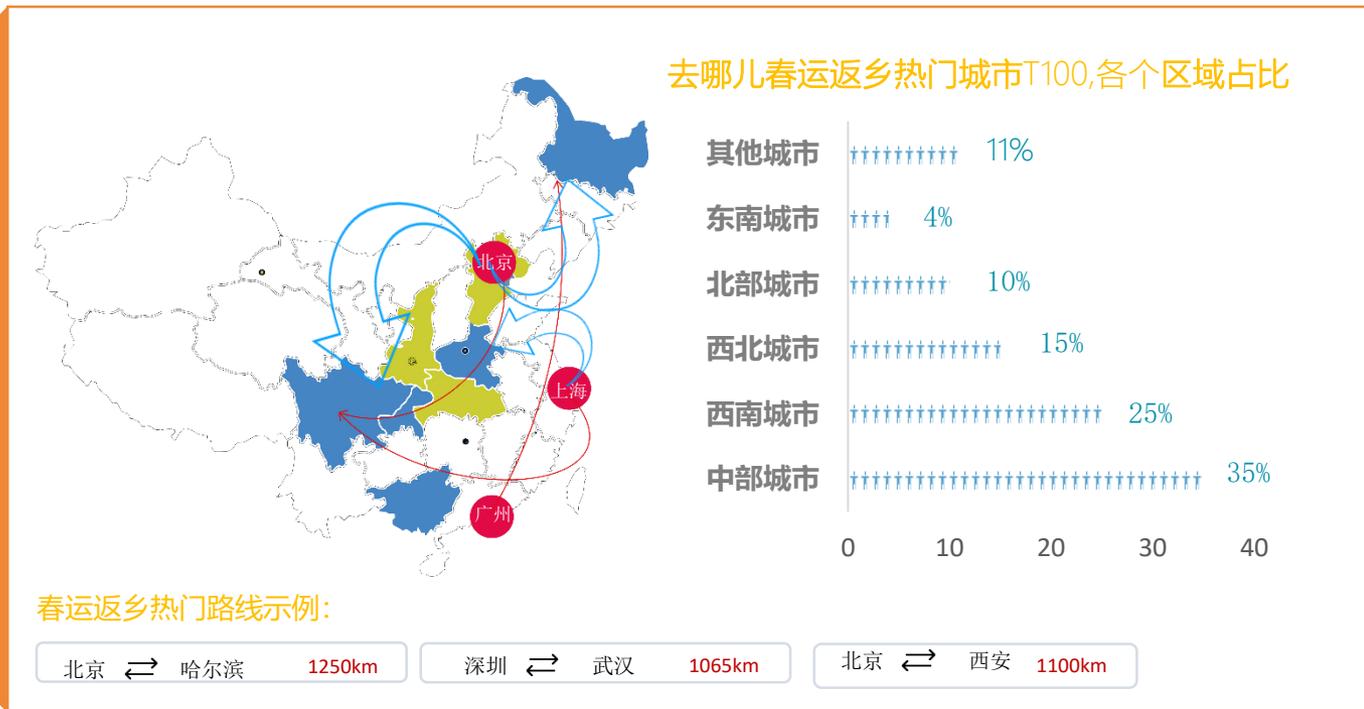
小爱同学新客订单用户数，同比  
哪儿网此次春运全盘的的用户数

8倍

此次小爱同学新客订单的占比数，高于  
任何普通手机厂商以往新客订单的倍数

# 【营销效果】

## 去哪儿春运抢票活动成功助力50万单 50万户家庭春节喜迎欢聚



# 【营销效果】

紧密贴合用户需求的营销服务，收获品效双丰收



下载卡片pv

198w+

用户调起

128w+

下载量

30w+

活动拉新人数

15w+

\*以上数据来自后台数据+客户提供数据，并经客户认可

# 【营销效果】



通过小爱智能春运抢票功能，不仅帮助去哪儿在春节期间快速吸引一大批用户，实现了APP的拉新激活，而且有效帮助去哪儿在春运期间建立消费者认知和消费信任，提升品牌力。



小米&去哪儿两大品牌的强强联合，既有效地帮助用户春节期间顺利回家，又成功为出行旅游行业发展提供了新的解题思路 and 探索。



春节是国人重要的传统节日，春运更是跟每一个国人相关，小米此次联合去哪儿打造的新抢票功能，将会推动全民春节出行的便捷性，提升全民春节节日的幸福感和安全感。