

您的旅程，由此起航

Journey Happens here



不错过任何
精彩时刻



触达当今的 旅行者

让客户“找到”您

打造便利体验

让联系更紧密





机不离手

平均而言，每个人每天
使用智能手机的时间达



分钟

数据来源：eMarketer, Average Daily Time Spent with Media Among Consumers Worldwide 2013-2019, 2017年5月。

提升发现率 吸引互动 激发灵感



*数据来源：基于对 Facebook 所统计的美国旅行者的样本分析，涵盖 2018 年 4 月 9 日（含）前 28 天内的数据；

千禧一代如何寻找旅行灵感



旅游业者可以把握的营销良机

#1

#2

#3

澳大利亚	查看目的地/行程的照片或视频	在旅行途中的地点签到	阅读亲朋好友的点评
法国	查看目的地/行程的照片或视频	阅读亲朋好友的点评	寻求亲朋好友的推荐
印度尼西亚	查看目的地/行程的照片或视频	阅读亲朋好友的点评	了解当下旅游潮流
英国	查看目的地/行程的照片或视频	在旅行途中的地点签到	阅读亲朋好友的点评
美国	查看目的地/行程的照片或视频	在旅行途中的地点签到	阅读亲朋好友的点评

来自世界各地的旅行者都表示，Facebook 旗下应用是他们寻求旅行灵感的一个首选线上渠道

48%

澳大利亚旅行者
18 - 34 岁

49%

英国旅行者
18 - 34 岁

73%

印度尼西亚旅行者
18 - 34 岁

39%

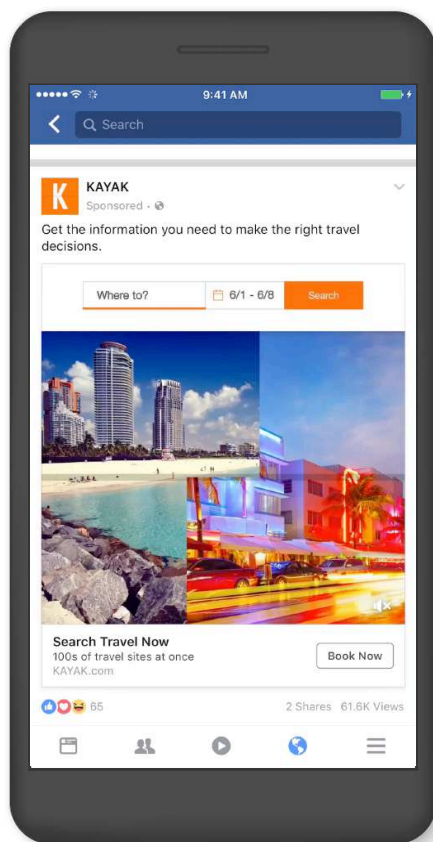
法国旅行者
18 - 34 岁

36%

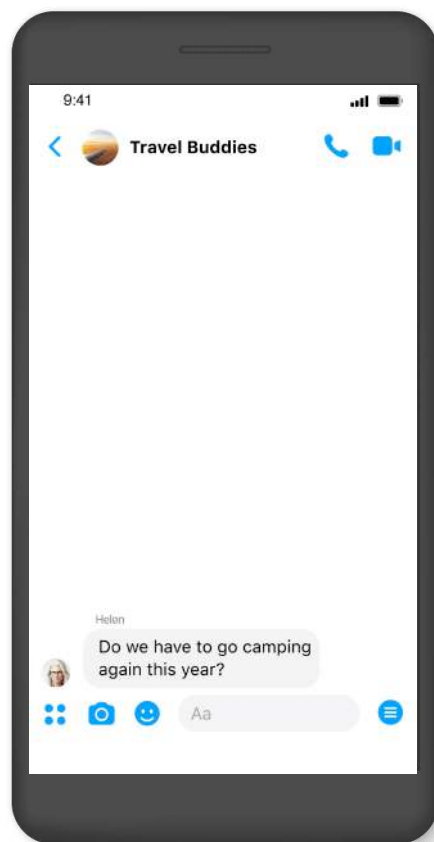
美国旅行者
18 - 34 岁

沉浸式广告格式带来引人入胜的体验

视频



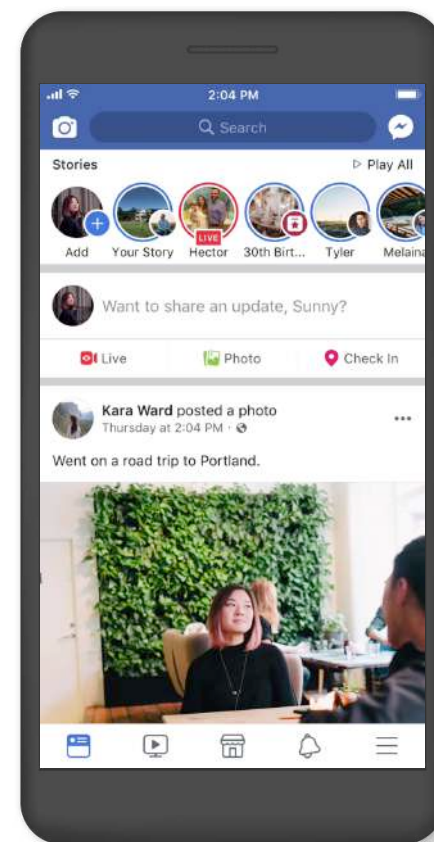
Messenger



快拍



AR/VR



*数据来源：Worldpay, “The 360 Consumer”, 2017年

移动设备吸引、影响着美国旅行者，并激发其旅行灵感



5 倍

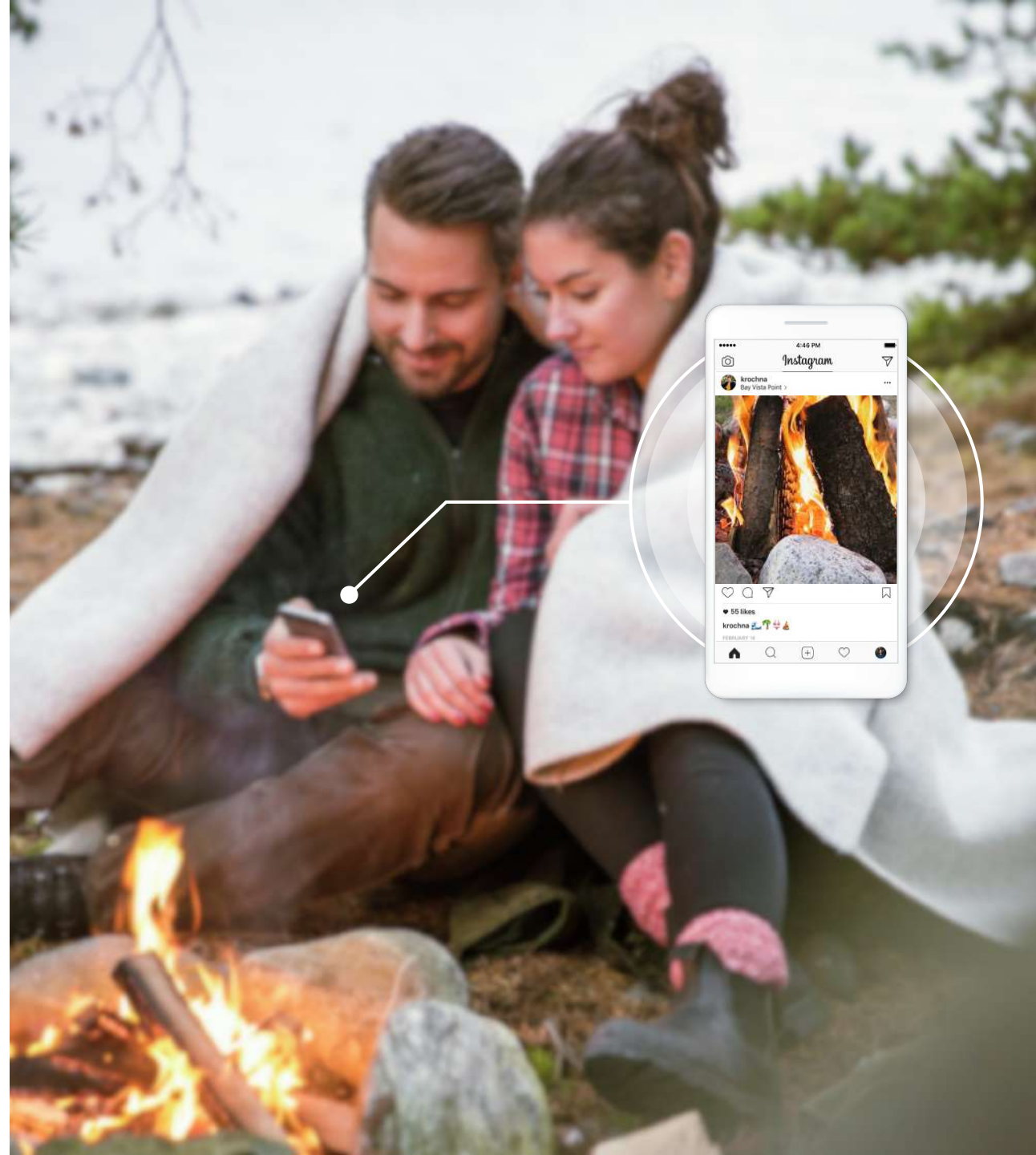
美国旅行者的 Facebook 使用时间是旅游类应用、网站和搜索引擎使用时间的 5 倍¹



59%

59% 的美国旅行者表示观看在线视频可吸引他们探访新的旅游目的地²

数据来源：1. Facebook IQ 数据来源：“Passive Digital Travel Research Journey”，Facebook 委托 GfK 开展的调研，对象为 97 名年龄介于 18-64 岁的美国用户，该调研主要被动观察这些用户在预订行程之前三个月内的数字化浏览、搜索和应用使用行为，2015 年 11 月 - 2016 年 5 月；2.“Digital Travel Research Journey”，Facebook 委托 GfK 开展的调研，对象为 2,400 名年龄介于 18-64 岁，且在过去三个月内预订了商务或休闲旅行的美国用户，2015 年 11 月 - 2016 年 5 月。调研中的旅行是指出于休闲或商务目的预订住宿或交通服务，并且离家逗留至少一晚的行程



触达当今的 旅行者

让客户“找到”您

打造便利体验

让联系更紧密



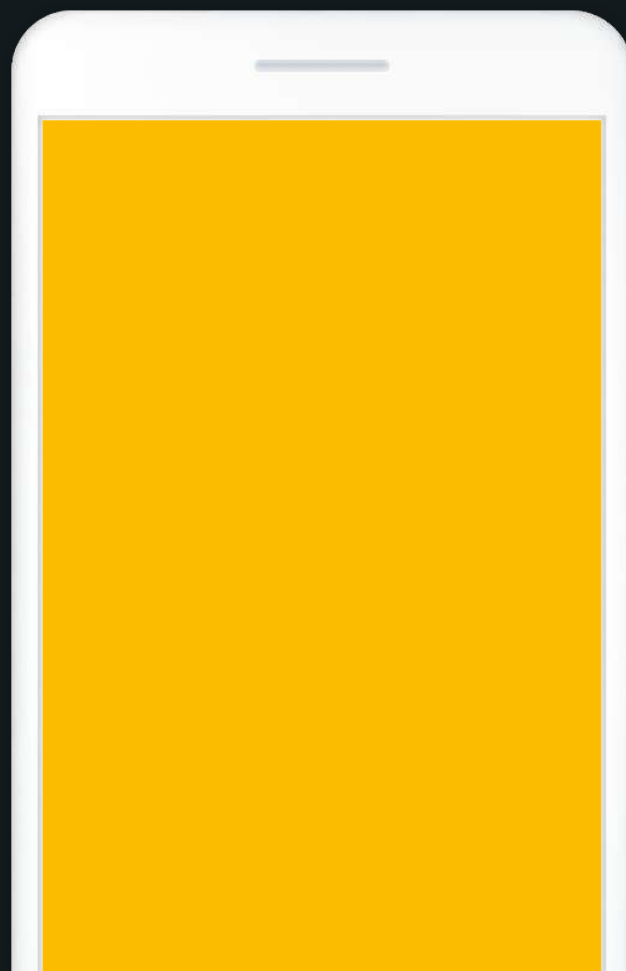


每个人平均每天会看到

10,000 多条

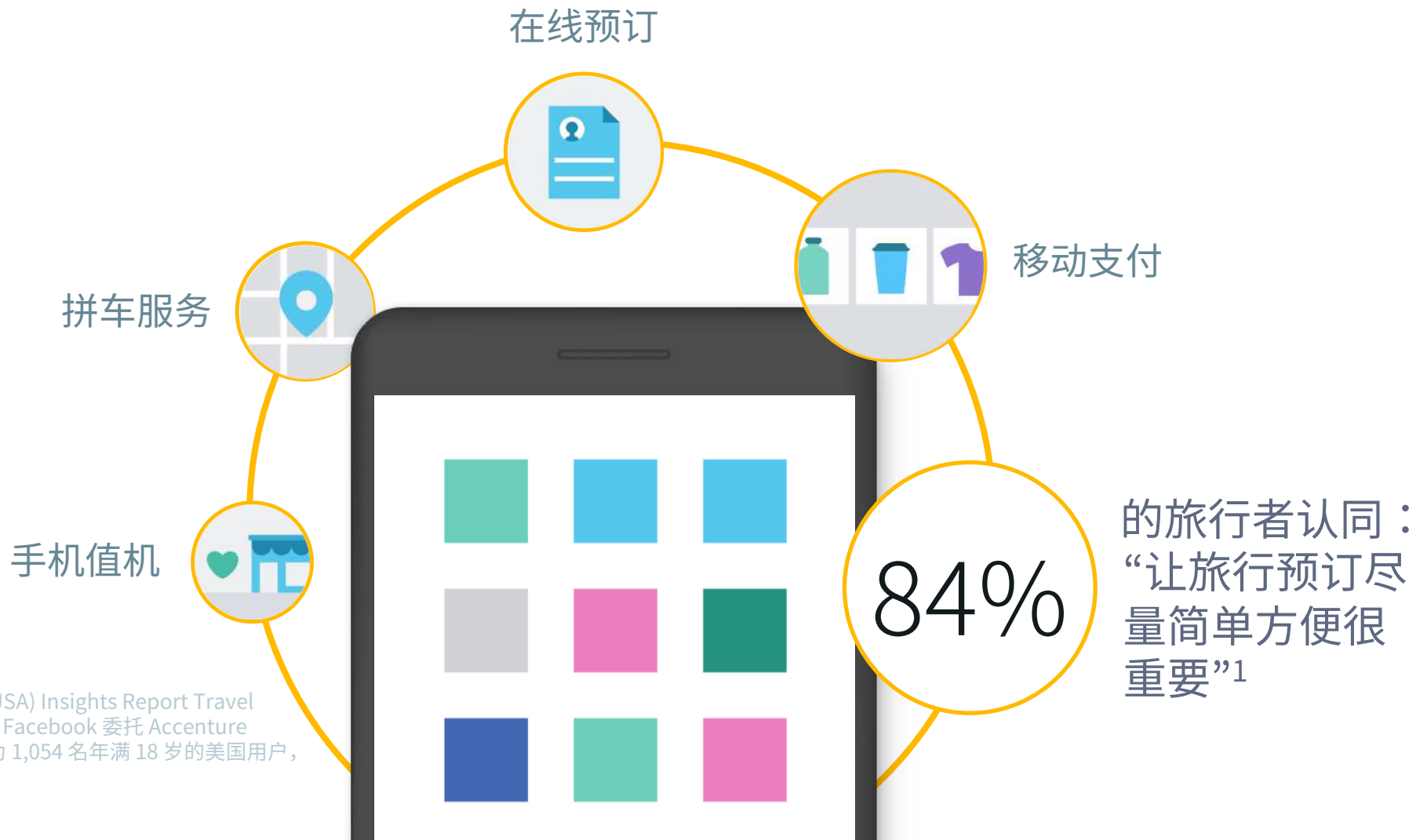
广告、消息和帖子

其中仅一小部分
与个人相关



新时代，新期望

用户希望获得个性化、服务主动且畅通无阻的体验



数据来源：FB VIP: Travel (USA) Insights Report Travel Consumer Journey Study, Facebook 委托 Accenture 开展的一项在线调研，对象为 1,054 名年满 18 岁的美国用户，2018 年 7 月

新时代，新期望

用户希望获得个性化、服务主动且畅通无阻的体验



80%
英国

77%
法国

81%
澳大利亚

84%
印度尼西亚

的旅行者认同：
“让旅行预订尽量简单方便很重要”¹

数据来源：FB VIP: Travel (USA) Insights Report Travel Consumer Journey Study, Facebook 委托 Accenture 开展的一项在线调研，对象为 1,054 名年满 18 岁的美国用户，2018 年 7 月

迎合消费者需求， 传达品牌价值

80%

在用户观看的所有
Netflix 内容中，
80% 来自他人推荐

数据来源：Netflix 媒体中心，“Decoding the Defenders:
Netflix Unveils the Gateway Shows That Lead to a Heroic
Binge”，2017 年 8 月。



没有动态消息页面是这么好看的



将所需商品和服务 “送到”客户手中

把我们对用户的
了解与您对客户
的了解联系起来



我们的解决方案

- 确定客户的行为模式
- 读懂意向信号
- 选对受众投放合适的内容

触达当今的 旅行者

让客户“找到”您

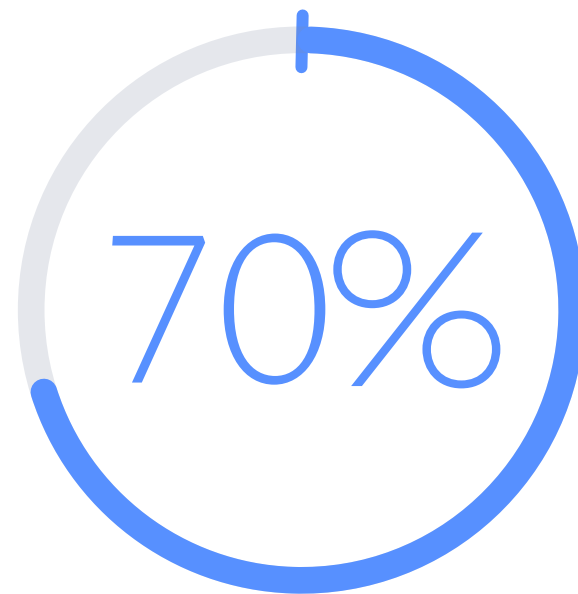
打造便利体验

让联系更紧密



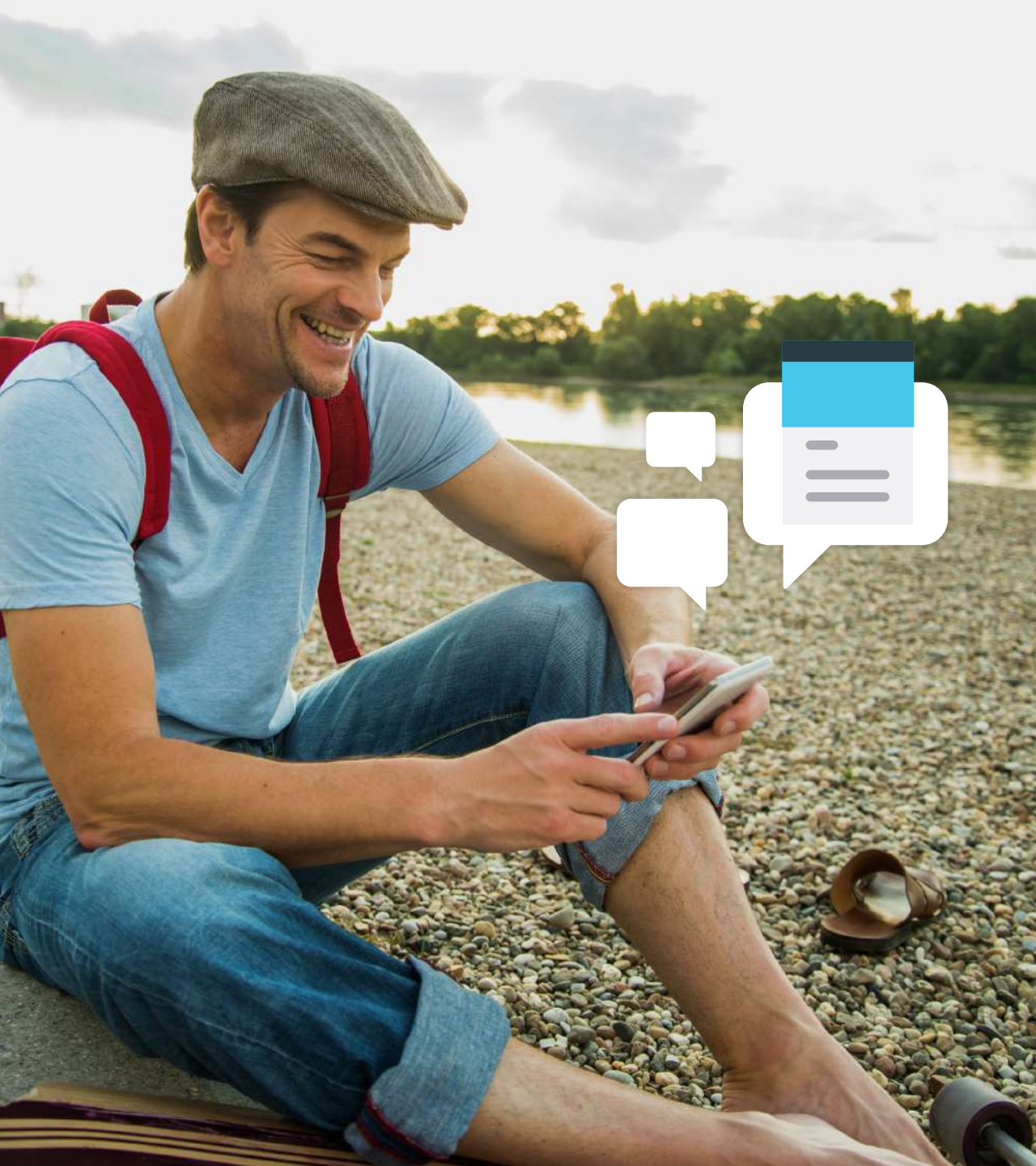


在参与调研的全球旅行者中



随身携带**超过 2 部**
电子设备

Facebook IQ 数据来源: 由 SITA (Société Internationale de Télécommunications Aéronautiques) 开展的“2017 The Passenger IT Trends”调研, 调查对象为来自 17 个国家, 包括美洲、亚洲、欧洲、中东及非洲地区在内的 7,031 名用户, 2017 年第 2 季度。



用户渴望持续交流

100 亿

用户与商家每月互发的
Messenger 消息超过 100 亿条

数据来源：Facebook 内部数据，2018 年 5 月。

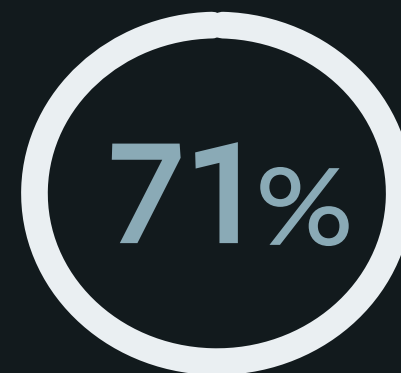
旅行者看重品牌提供的售后服务



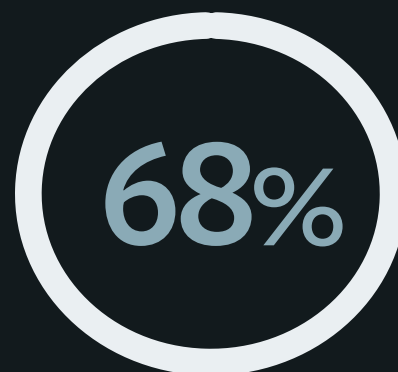
65% 订购了机票和住宿的美国旅行者表示，希望品牌提供售后服务



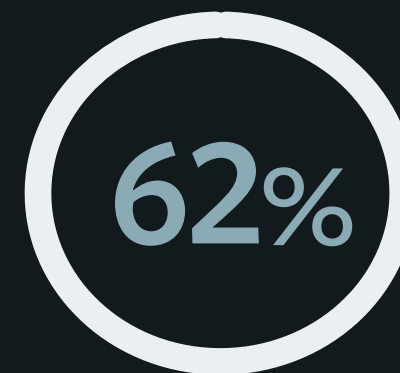
印度尼西亚



法国



英国



澳大利亚



+43%

相比打电话，超过 43% 的旅客
更乐意通过移动消息功能与旅行
供应商交流互动

数据来源：“Facebook Messaging Survey”，Facebook 委托 Nielsen 开展的调研，对象为来自阿联酋、澳大利亚、巴西、法国、印度尼西亚、印度、日本、韩国、墨西哥、泰国、台湾地区、英国、美国和越南年满 18 岁的消息应用用户，2016 年 3 月。数据为所有 14 个市场的平均值。“Digital Travel Research Journey”，Facebook 委托 GfK 开展的调研，对象为 2,400 名年龄介于 18-64 岁，且在预订行程之前的三个月内曾预订过商务或休闲旅行的美国用户，2015 年 11 月 - 2016 年 5 月。旅行是指出于休闲或商务目的的预订住宿或交通方式，并且离家逗留至少一晚的行程。



人们认为与商家发消息能让他们更信赖品牌，并与品牌更亲近



用户表示与商家发消息能让他们更**信赖**品牌



用户表示与商家发消息能让他们与品牌更**亲近**



Facebook IQ 数据来源：Facebook 委托 Sentient Decision Science 开展的“Motivations, Mindsets and Emotional Experiences in Messaging (vs. Feed)”调研，调查对象为来自巴西、英国、印度和美国的 8,156 名用户，他们每天至少使用一款消息应用并曾于过去三个月内，使用他们最常用的应用和商家发送过消息，2018 年 6 月。

真实亲切、流畅无阻



...涵盖整个旅程

*数据来源：FB VIP: Travel (USA) Insights Report Travel Consumer Journey Study, Facebook 委托 Accenture 开展的一项在线调研，对象为 1,054 名年满 18 岁的美国用户，2018 年 7 月

旅行者如何在整个假期使用社交媒体：



Facebook

76% 的周用户会使用 Facebook 进行旅游相关活动。

(女性用户的这一占比为 **81%**，
18-34 岁用户的这一占比为 **86%**)



Instagram

76% 的周用户会使用 Instagram 进行旅游相关活动。

(18-34 岁用户的这一占比为 **81%**)



Messenger

65% 的周用户会使用 Messenger 进行旅游相关活动。

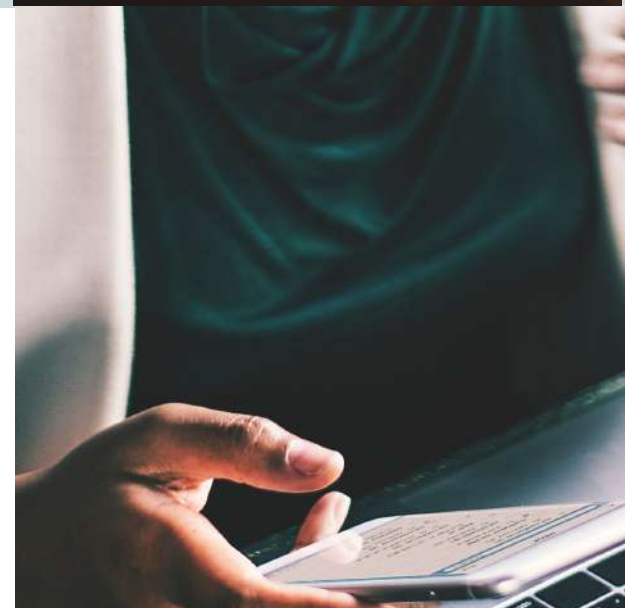
(18-34 岁用户的这一占比为 **76%**)



WhatsApp

64% 的周用户会使用 WhatsApp 进行旅游相关活动。

(18-34 岁用户的这一占比为 **81%**)



Facebook

74% 的周用户会使用 Facebook 进行旅游相关活动。

(女性用户的这一占比为 **80%**, 18-34 岁用户的这一占比为 **78%**)



Instagram

72% 的周用户会使用 Instagram 进行旅游相关活动。

(为人父母用户的这一占比为 **77%**)



Messenger

66% 的周用户会使用 Messenger 进行旅游相关活动。

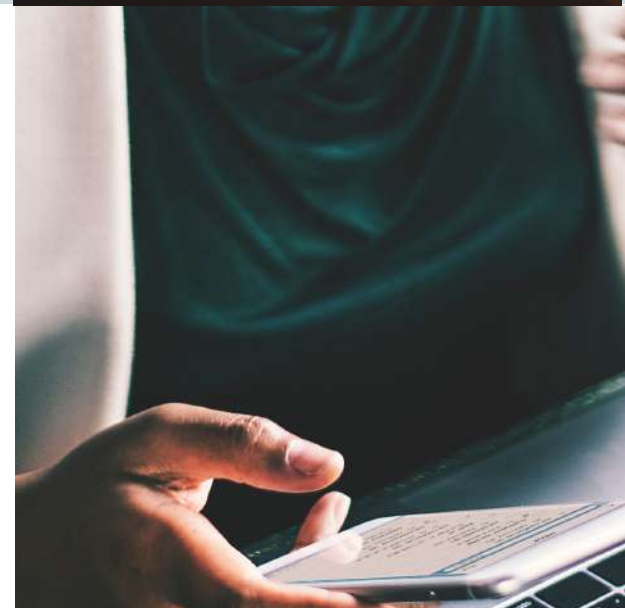
(18-34 岁用户的这一占比为 **74%**)



WhatsApp

65% 的周用户会使用 WhatsApp 进行旅游相关活动。

(18-34 岁用户的这一占比为 **74%**)



Facebook

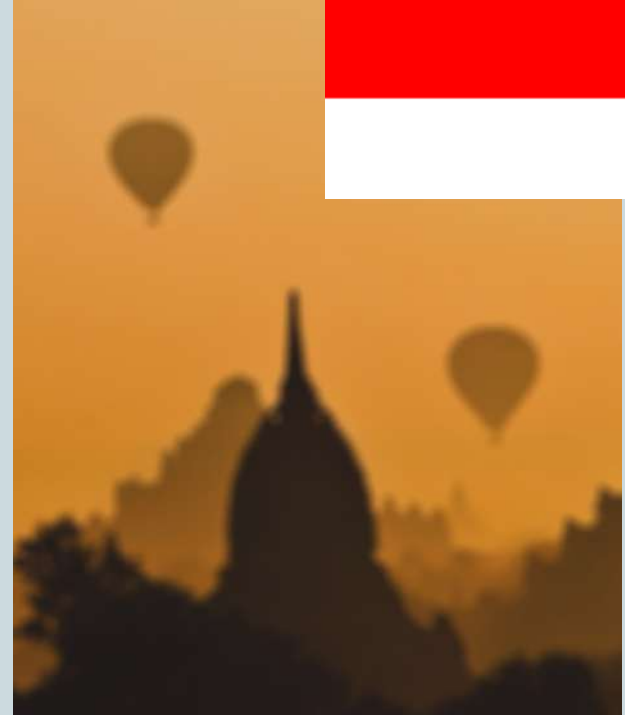
98% 的周用户会使用 Facebook 进行旅游相关活动。



Instagram

96% 的周用户会使用 Instagram 进行旅游相关活动。

(77%的 Instagram 活跃用户 表示他们每月至少发布一次快拍。)



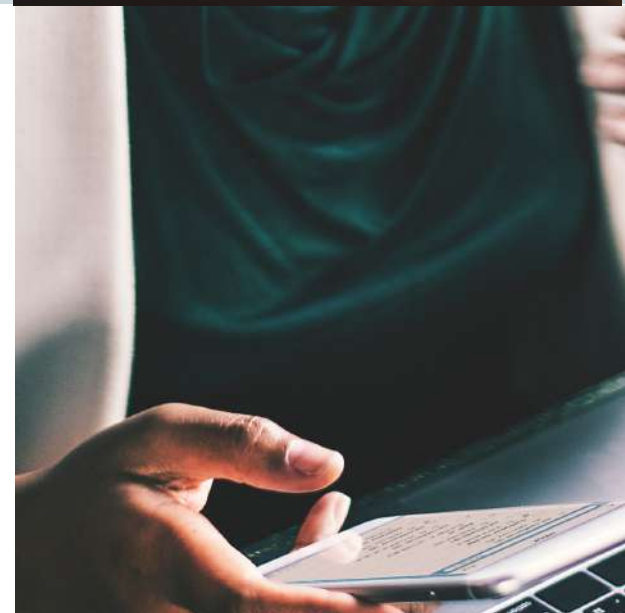
Messenger

93% 的周用户会使用 Messenger 进行旅游相关活动。



WhatsApp

90% 的周用户会使用 WhatsApp 进行旅游相关活动。



Facebook

70% 的周用户会使用 Facebook 进行旅游相关活动。

(18-34 岁用户的这一占比为 **78%**，为人父母用户的这一占比为 **77%**)



Instagram

75% 的周用户会使用 Instagram 进行旅游相关活动。

(18-34 岁用户的这一占比为 **81%**，为人父母用户和女性用户的这一占比均为 **79%**)

70% 18-34 岁的周用户表示他们每月至少发布一次快拍。



Messenger

60% 的周用户会使用 Messenger 进行旅游相关活动。

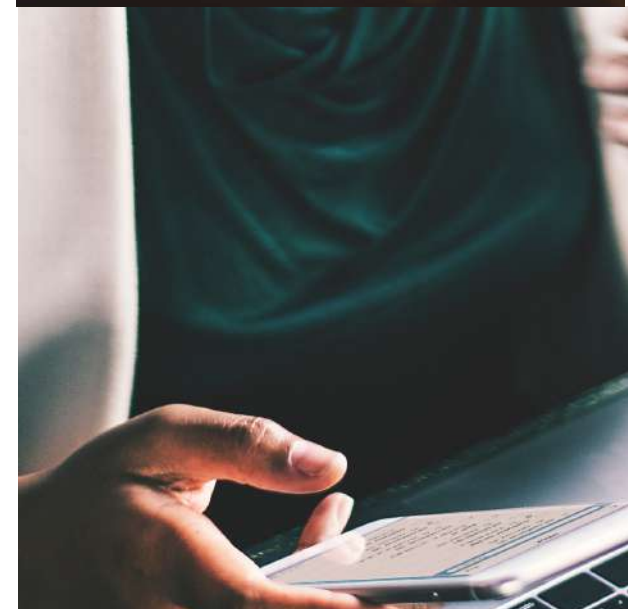
(18-34 岁用户的这一占比为 **68%**)



WhatsApp

58% 的周用户会使用 WhatsApp 进行旅游相关活动。

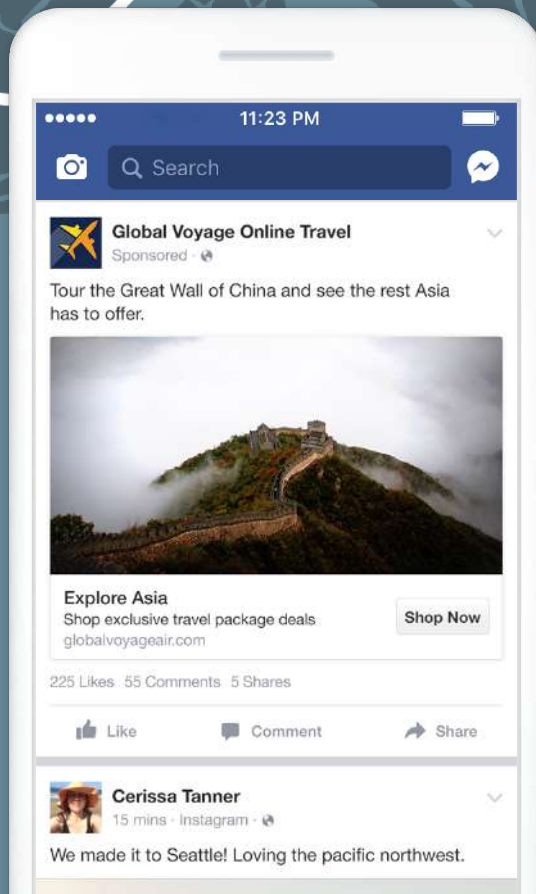
(18-34 岁用户和为人父母用户的这一占比均为 **67%**)



关键点

让客户“找到”您

在旅行者常用的
Facebook 旗下应用
和服务平台开展营销



打造便利体验

打造流畅无阻的个性化体验

让联系更紧密

在整个旅程的各个阶段
提供支持



打造您的旅游品牌





提升直接预订量



吸引顾客加入 忠诚度计划

荷航: 最大化覆盖受众并完善客户服务

荷航同时在 Facebook 和 Instagram 上投放广告，高效实现受众覆盖最大化。



通过寻求 Facebook 营销合作伙伴的帮助来优化旅游营销方案，荷航找准了受众并成功推动其转化。



荷航将 Messenger 打造成为新的客户服务平台，让客户可以在这里向其提问，并接收诸如登机牌等航班信息，令客户互动量提升了 40%。



品牌知名度

品牌考量和转化

转化和忠诚度维护

荷航: 最大化覆盖受众并完善客户服务

290万

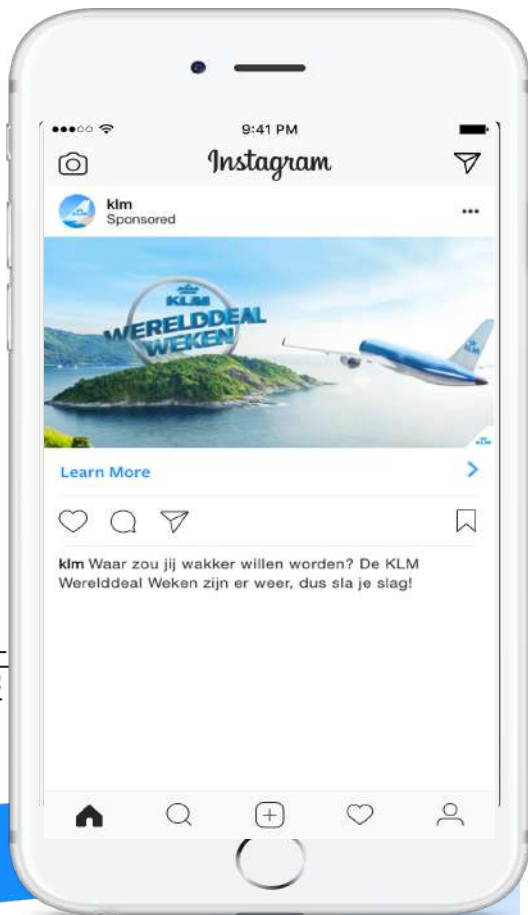
覆盖人数达 290 万

19.1%

相比仅在 Facebook 上投放，千次展示费用降低 19.1%

3.8x

相比仅在 Facebook 上投放，广告花费回报增至 3.8 倍



品牌知名度

4.5x

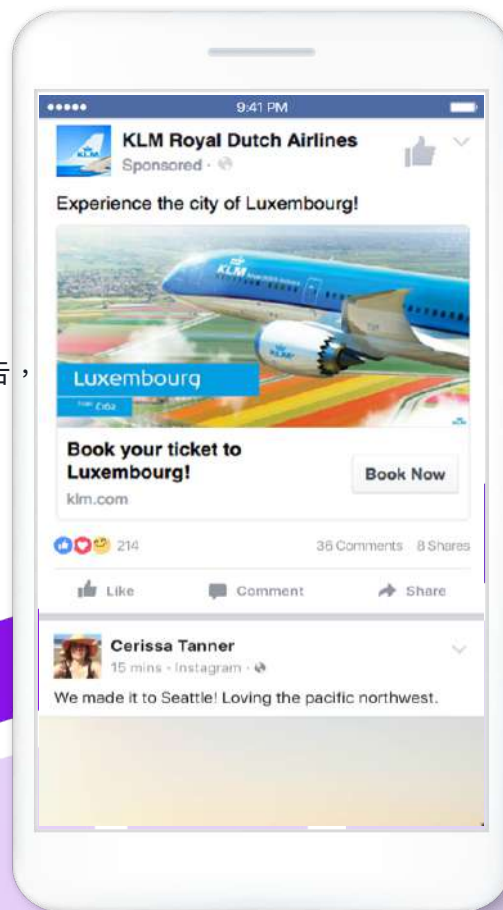
预订量增至 4.5 倍

87%

相比其他再营销广告，转化率提升 87%

62%

单次预订费用降低 62%



品牌考量和转化

40%

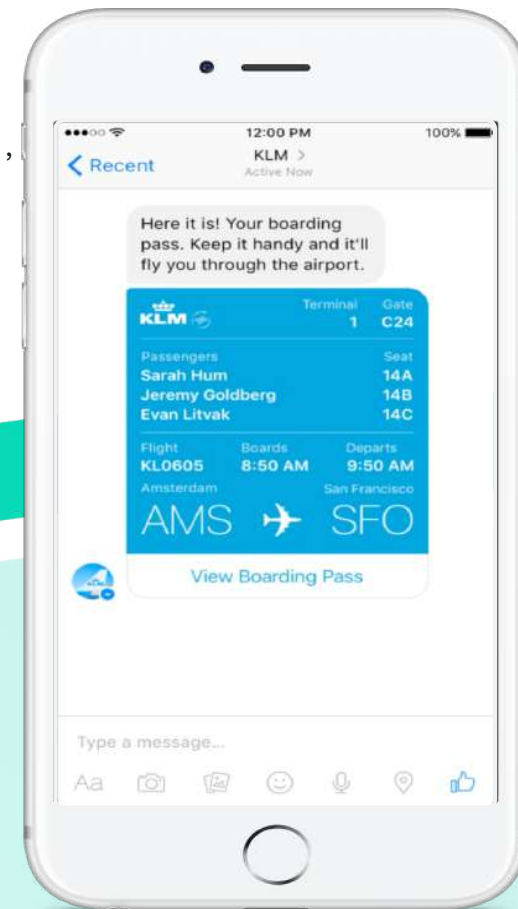
通过 Messenger 平台，令客户互动量增加 40%

15%

15% 的电子登机牌通过 Messenger 消息发送

5点

Messenger 的平均净推荐值 (NPS) 比预期目标高 5 点



转化和忠诚度维护



爱彼迎: 吸引全球 2.38 亿旅行者的关注，并提升在核心市场的购买意向

借助 Facebook 动态广告 (Dynamic Ads) 触达新的潜在客户，并提升了线上预订量。

3x

广告花费回报增至 3 倍

2.38 亿

覆盖全球 2.38 亿受众

47%

单次获取成本降低 47%

“Live There” 全球营销活动使用了 Instagram 轮播视频广告 (Instagram Video Carousel Ads)，全屏广告 (Canvas Ads) 和 Facebook 视频广告 (Video Ads)，并获得如下成效：

4 点

将英国和印度市场的购买意向提升了 4 点

6 点

将德国和澳大利亚市场的购买意向提升了 6 点

1.25 亿

覆盖全球 1.25 亿受众

「我们看到了广告投资回报的双位数增长，这进一步坚定了我们对于快拍广告 (Stories Ads) 的投资信心。」

爱彼迎全球社交营销主管



KAYAK

Kayak: 增加 KAYAK.com 的网站流量并提升客户获取量

获客营销活动中采用了有微动效果的短视频广告 (Video Ads)，并取得以下成效：

39%

相比静图广告，视频广告令搜索的边际成本降低了 39%

50%

广告制作时间减少 50%

210 万

覆盖人数达 210 万

在一个广告组内使用 Facebook 动态消息，Instagram 快拍以及动态三种版位，获得如下成效：

5x

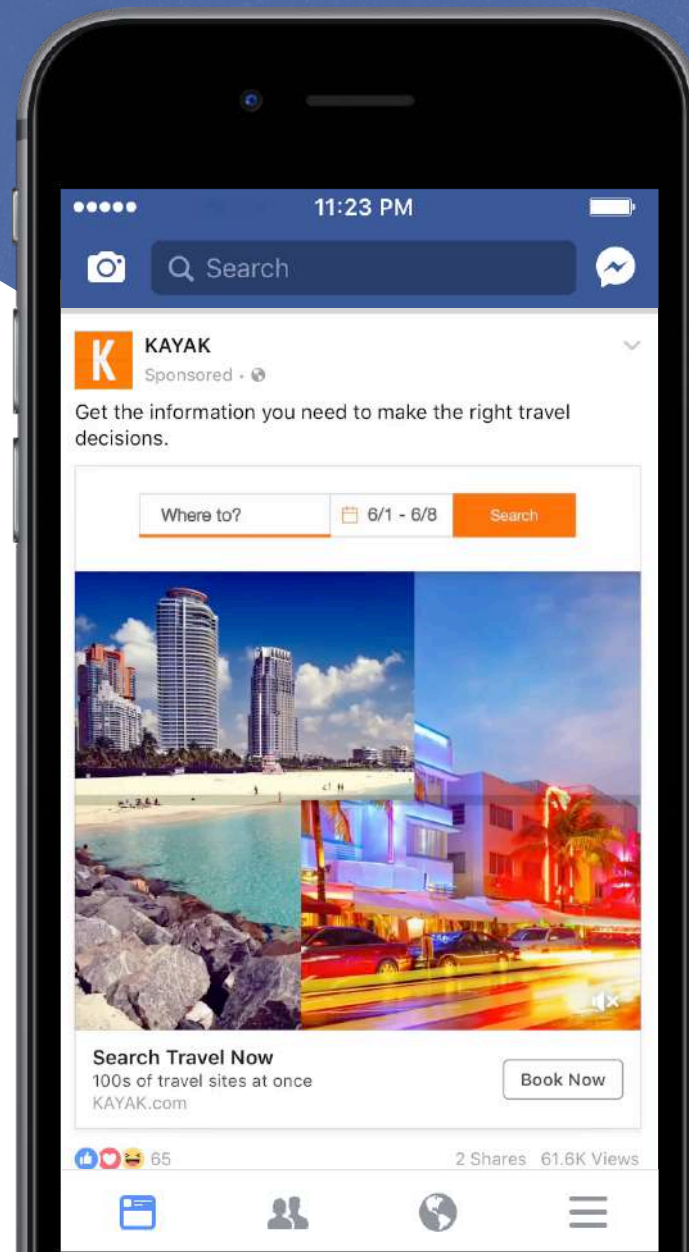
同时使用三种版位令销售转化量增至 5 倍

50%

多版位的同时使用还令总体的投资回报提升了 50%

「借助 Facebook 视频最佳实践，我们得以制作出迄今为止表现最佳的一些广告。能取得如此佳绩是因为我们采用了移动优先的创意，而且由于制作时间的缩短，让我们能迅速应对潮流和热点。」

David Solomito, 北美地区营销副总裁



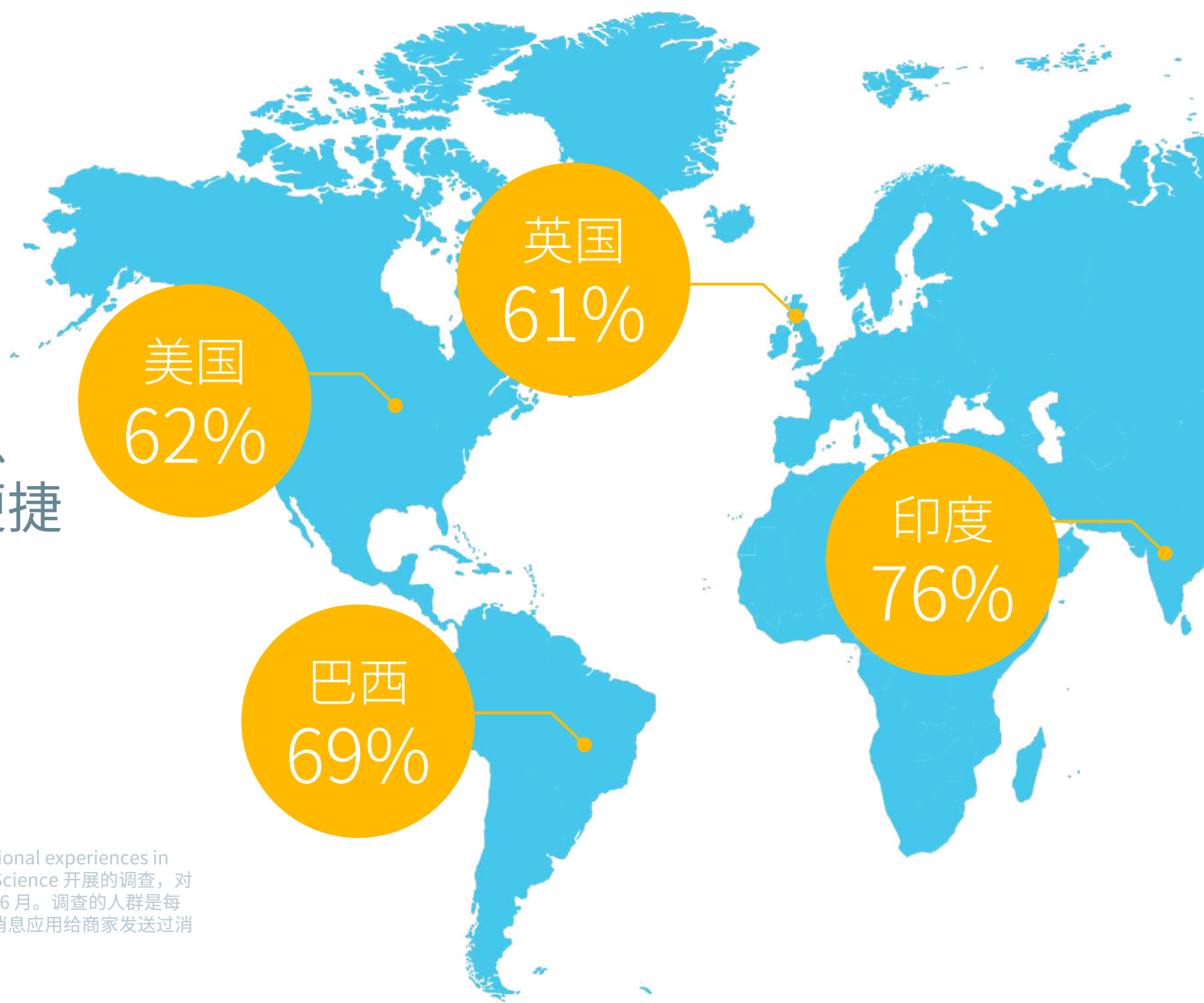
谢谢！

附录



便利为王

受访用户表示，消息是与商家沟通的最便捷方式。



Facebook IQ 数据来源：“Motivations, mindsets and emotional experiences in Messaging (vs.Feed)”，Facebook 委托 Sentient Decision Science 开展的调查，对象为 8,156 名来自巴西、英国、印度和美国的用户，2018 年 6 月。调查的人群是每天都会使用消息应用，且在过去的三个月内通过某个常用的消息应用给商家发送过消息的用户。

即时消息正在取代其他交流方式

受访者表示，相对于更传统的交流方式，发消息让他们对商家更信赖

66%

的受访者认为发消息
比打电话更让人信赖

69%

的受访者认为发消息
比填写网站表单更让人
信赖

69%

的受访者认为发消息
比发邮件更让人信赖

可用版位



- Facebook 动态消息
- 即阅文
- 视频插播位



- Instagram 动态
- 快拍



- Messenger 广告
- Messenger 直达广告
- 赞助消息



- 原生、横幅和插屏版位
- 视频插播位
- 奖励式视频广告位

自动版位

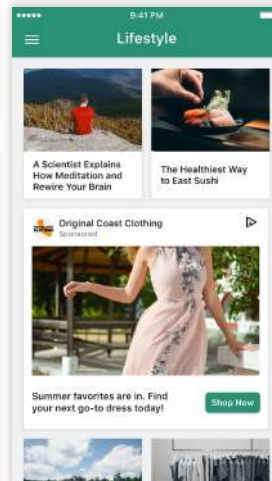
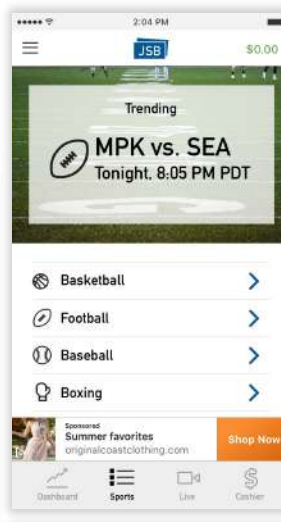
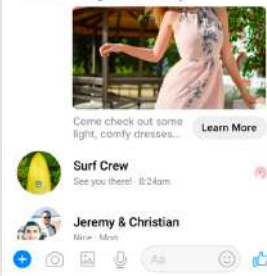
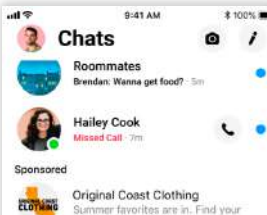
让 Facebook 为您效劳

一条创意投放至
多个版位



Instant Articles is a mobile optimized format that enables publishers to distribute fast-loading interactive articles to Facebook's app. Approved publishers may choose to place ads within their Instant Articles. Selecting Instant Articles as a placement will allow your ad to appear when people from your audience view these articles.

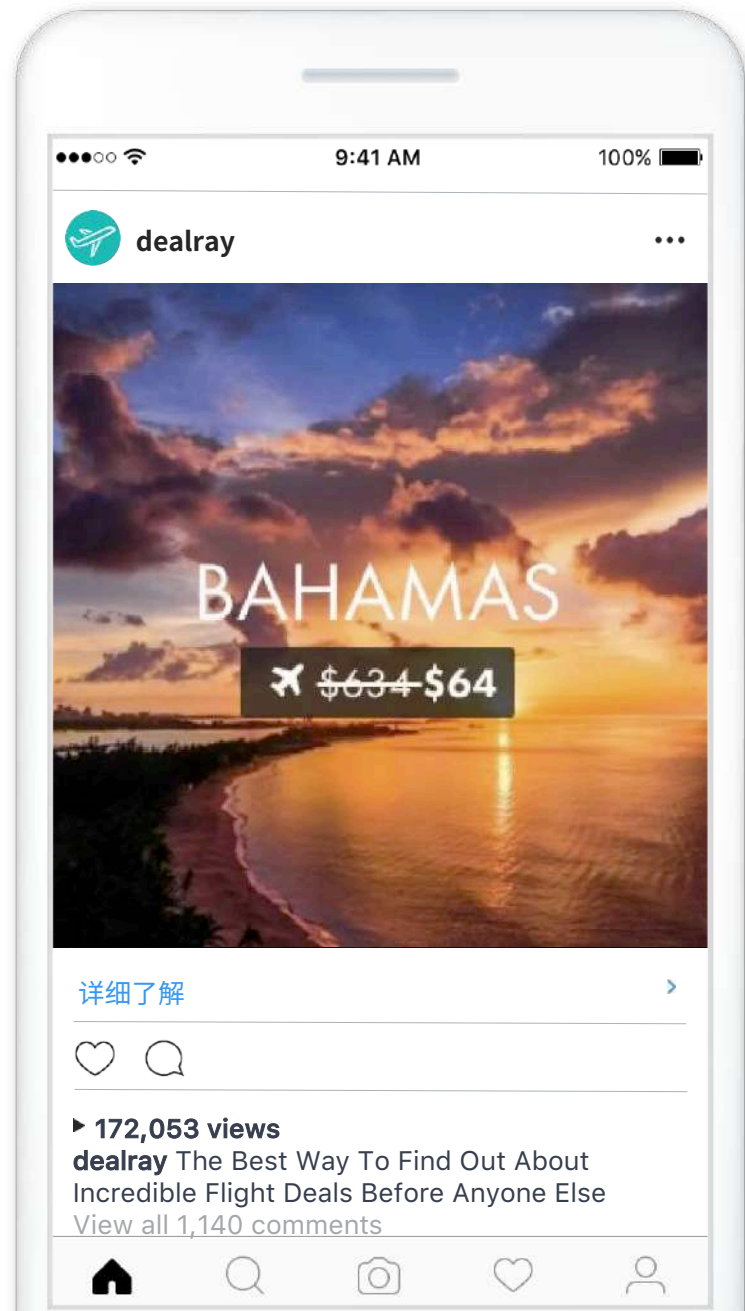
- File type: jpg or png
- Image ratio: 9:16 to 16:9
- Recommended resolution: Upload the highest



版位素材定制

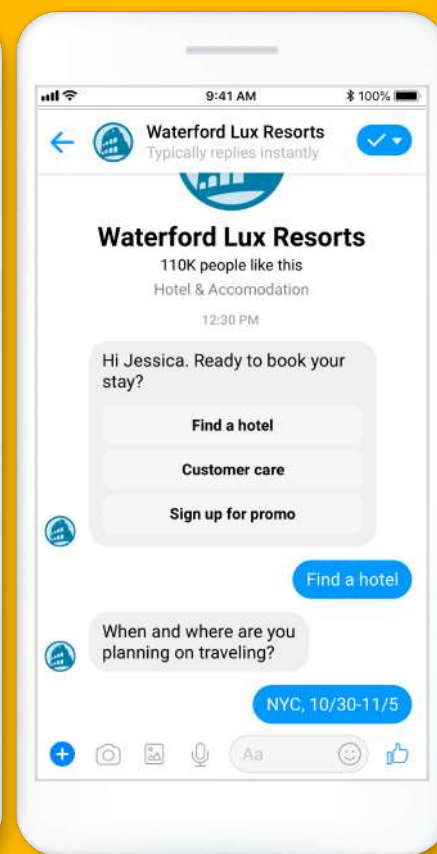
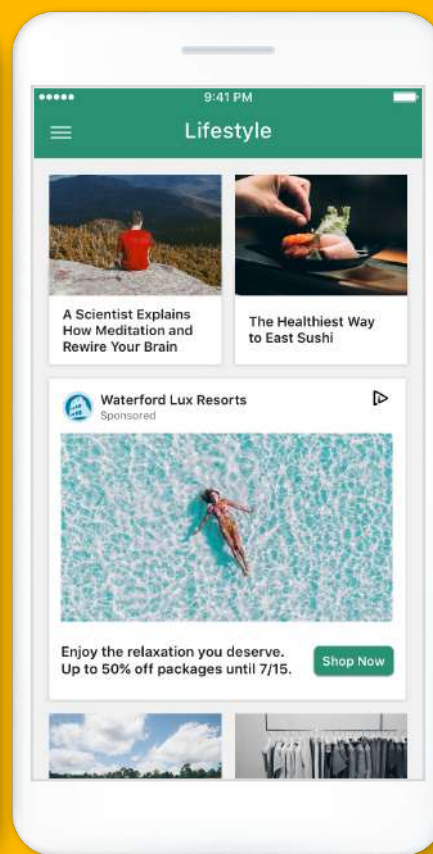
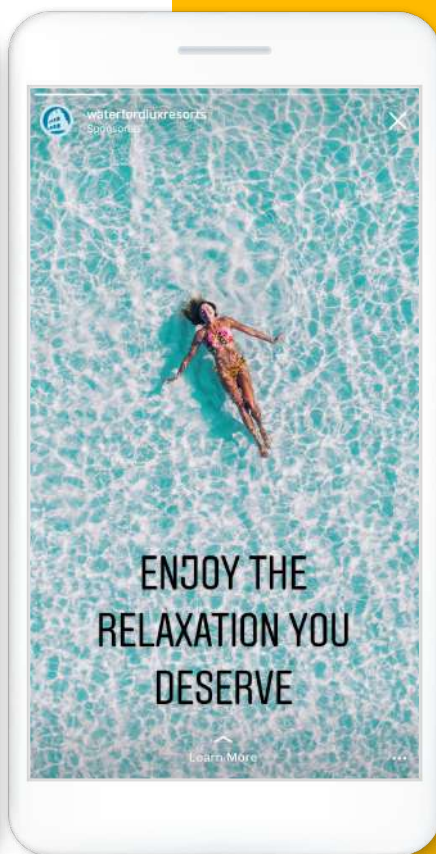
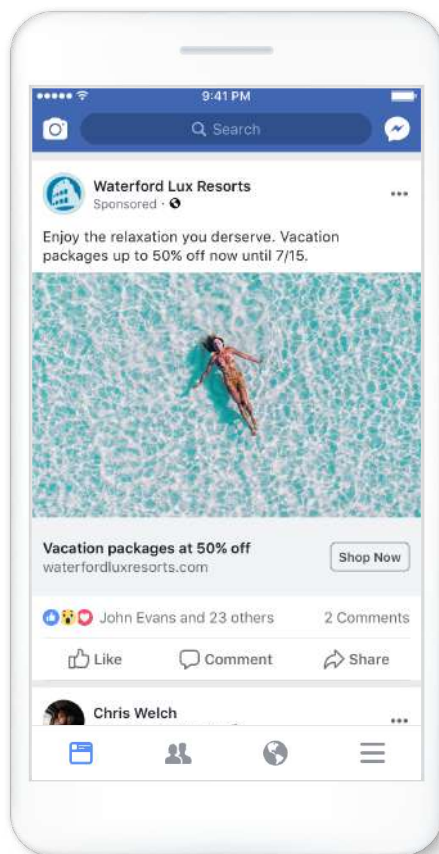
自定义广告版位创意

- 一个广告组
- 多个版位
- 完美定制的创意素材



素材定制让您能 更自由地掌控版位

根据广告
的展示位置，
选择不同图片
或视频，
打造因版位
而异的体验



谢谢！

提高知名度

广告目标	版位	购买类型	定位	优化	创意格式	目标位置	成效衡量	工具包
品牌知名度	Facebook 动态消息	覆盖和频次	类似受众	优化广告回想度提升	视频广告 (Facebook、Instagram、Messenger 和 Audience Network)	全屏广告	品牌提升	移动优先的创意
覆盖人数	Facebook Marketplace	目标覆盖率	自定义受众	优化覆盖人数	精品栏 (Facebook 和 Instagram)	网站	预估广告回想度提升	
视频观看量	Instagram 动态		核心受众	优化视频观看量	视频插播广告 (Audience Network)	移动应用	跨平台品牌提升调研	
	Instagram 快拍				轮播广告 (Facebook、Instagram、Messenger 和 Audience Network)	App Store 或 Google Play	广告报告	
	Messenger 广告				Instagram 快拍 (Instagram)	在 Messenger 的品牌形象	拆分对比测试	
	Audience Network							

为应用吸引客户

广告目标	版位	购买类型	端到端 解决方案	定位	优化	创意格式	目标位置	成效衡量	工具包
应用安装量	Facebook 动态消息	竞拍	移动应用广告	自定义受众	应用安装量	视频广告 (Facebook、 Instagram、 Messenger 和 Audience Network)	App Store 或 Google Play	Facebook 广告报告	Facebook SDK + 应用事件
	Instagram 动态			类似受众	应用事件优化	轮播广告 (Facebook、 Instagram、 Messenger 和 Audience Network)		拆分对比测试	商品目录 (如适用)
	Instagram 快拍				价值优化	Instagram 快拍 (Instagram)		转化提升调研	
	Messenger 广告							广告测试向导	
	Audience Network							归因分析	
								移动应用成效 衡量合作伙伴	

吸引网站和移动应用访客

广告目标	版位	购买类型	定位	优化	创意格式	目标位置	成效衡量	工具包
访问量	Facebook 动态消息	竞拍	细分定位	优化落地页浏览量	Instagram 快拍 (Instagram)	全屏广告	Facebook 广告报告	Facebook Pixel 像素代码
转化量	Facebook Marketplace		类似受众	优化转化量	精品栏 (Facebook 和 Instagram)	应用下载网页		Facebook SDK + 应用事件
	Instagram 动态		价值导向型 类似受众		视频广告 (Facebook、Instagram、Messenger 和 Audience Network)			线下转化
	Instagram 快拍				轮播广告 (Facebook、Instagram、Messenger 和 Audience Network)			商品目录 (如适用)
	Messenger 广告							
	Audience Network							

提升店内销量

广告目标	版位	购买类型	定位	优化	创意格式	目标位置	成效衡量	工具包
店铺访问量	Facebook	竞拍	自定义受众	优化店铺访问量	精品栏 (Facebook 和 Instagram)	实体店	Facebook 广告报告	线下转化
			类似受众	优化店铺销量	视频广告 (Facebook、Instagram、 Messenger 和 Audience Network)		转化提升调研	商品目录 (如适用)
			细分定位	优化覆盖人数	轮播广告 (Facebook、Instagram、 Messenger 和 Audience Network)		广告测试向导	
							线下成效衡量 合作伙伴	
							营销组合模型 (MMM) 合作伙伴	
							店铺访问量 (仅限符合条件的 广告主)	