



成功案例

山东旅游走向世界

中国山东省旅游局利用覆盖和频次购买工具在海外投放系列视频广告，使其在澳大利亚的品牌知名度提升了13点。

250万

1个月内覆盖  
250万澳大利亚人

160万

1个月内视频观看量  
达到160万次

3倍

视频观看量较之前  
的广告提升3倍

13点

品牌知名度在年满  
35岁的澳大利亚人中  
提升13点

品牌故事

魅力山东，等待您的发现

山东省位于中国东部，濒临黄海，山东省旅游局是负责面向全球游客推广山东文化和历史景点的官方机构。



品牌目标

吸引澳大利亚游客

山东省旅游局希望吸引国外游客以全新的眼光来欣赏中国之美，并为热爱冒险的游客打造独特的体验。他们尤其希望澳大利亚游客能将山东作为旅游梦想地。



“视频让我们能够与目标受众更好地交流。覆盖和频次购买工具不仅帮助我们精准覆盖海外目标受众，还能控制广告向他们展示的次数。Facebook 是旅游机构面向全球受众推广旅游目的地的高效平台，我们计划在未来更多地利用这个平台。”

闫向军，山东省旅游局市场开发处处长



## 解决方案

### 以了解受众为出发点

在策划广告创意之前，山东省旅游局首先着手了解受众。他们发现澳大利亚游客旅游时喜欢参加各种活动，而年轻游客则喜欢寻觅一些新奇独特的体验。鉴于澳大利亚人钟爱啤酒和葡萄酒，山东省旅游局决定将山东国际啤酒文化节打造成吸引澳大利亚游客的“招牌”。

随后，旅游局与海外旅游达人和视频制作人合作创建了3部关于山东的视频，用来吸引澳大利亚游客。视频的节奏十分紧凑，还加入了动感音乐和欢庆镜头，以此激发游客的兴趣。

前两部视频的主角是一对年轻男女在山东尽情享受啤酒节、夜生活、体育运动和美食。第三部视频刻画的是一位年轻男子探索山东文化，包括传统婚礼和吞剑表演等。视频配有相应的字幕，让观众在静音环境下也能轻松看懂。广告文案则鼓励人们打破旅游舒适区，到山东来参加啤酒节，体验真正的冒险。

山东省旅游局在2015年12月至2016年1月期间利用覆盖和频次购买工具快速与大量目标受众建立联系，向他们投放系列视频广告。他们定位的目标受众是年满18岁、母语为英语、热爱旅游且经常旅游的澳大利亚人。

## 品牌成功

### 庆贺成功

山东省旅游局通过了解海外受众，并根据他们的爱好有针对性地创建视频广告，在为期一个月的营销活动中取得了如下佳绩：

- 覆盖 250 万澳大利亚人
- 视频观看量高达 160 万次
- 视频观看量较之前的广告提升 3 倍
- 单次观看费用比其他一级市场低 71%
- 广告知名度在年满 25 岁的澳大利亚人中提升 5 点
- 品牌知名度在年满 35 岁的澳大利亚人中提升 13 点