

2019 数字旅游奖

——【创新营销奖】参赛投报说明——

“创新营销奖”旨在评选过去一年内，在数字营销策略、营销技术、创新创意、营销转化、整合协同等方面有卓越表现的营销案例。

参赛对象：

OTA、酒店、航空公司、目的地景区、邮轮及用车等旅游企业，均可报名参赛。

案例范围：

➢ 案例涉及下列一个或多个营销方式：

社交媒体营销、搜索引擎营销、移动营销（包含双微营销）、视频营销、KOL 营销、内容营销、直效营销（包括邮件营销、短信营销等）、程序化广告。

或者

➢ 案例利用下列一个或多个方法进行营销分析或优化：

内容管理、网站分析、数据分析、社交洞察、舆情监测。

评审标准：

● 背景、目标与挑战 20%

企业所处的商业背景是评审对案例进行定位的首要因素，在背景条件下探讨案例目标和挑战才有实际意义。不论是定量还是定性维度，案例必须有清晰的目标。在不同背景下，目标设定后所面临的挑战也各不相同，能科学合理地界定挑战，是案例能成功策划和执行的基石之一。背景、目标、挑战，这三者共同决定了案例背后的意义。

● 创意与策略制定 30%

创意与策略是保证案例得以成功的“理论基础”，需要与案例的目标和挑战相对应。创意的产生需要立足于目标，策略的制定需要直面挑战，两者缺一不可，否则目标难以达成，案例失去实效性。

● 执行 20%

好的案例是理论与实战的结合。再好的创意和策略，倘若在执行落地时不理想，依旧无法产生实际效用。

● 成果 30%

此评审标准正是对应案例之前所提出的目标而言的。无论案例目标是如何设定的，其最终结果一定要与之前的目标进行对应，否则就是一个没有达成实效的作品，将无法获得高分。除此之外，强有力且与案例强关联的论据论证是结果呈现的重要支撑，是衡量案例成效是否显著的核心要素。

报名参赛【数字旅游奖】需要提交以下信息内容和文件：

1. 基本信息：包含公司信息、联系人信息、参赛作品信息
2. 参赛案例 PPT
3. 其他参考素材或文件：视频、音频或其他（非必填）

关于《参赛案例 PPT》的规范要求：

结合“创新营销奖”评审标准，《参赛案例 PPT》建议包含以下几方面内容，以帮助评审更全面地对案例理解和评估。

- 案例概述：营销目标、结果呈现、团队资源配置、营销预算 / 投入产出比等；
- 案例整体营销定位、营销策略解析；
- 对比同业案例，本案例在数字营销全程中，有哪些创新？比如：应用了哪些新兴的营销工具或创新的营销方式，效果如何？
- 执行过程中遇到哪些挑战和问题，如何解决？

以上文件和素材， [点击这里 >>](#) 在线提交。

如有任何疑问或问题，请联系评审组委会：电话：020 - 2882 9512 Email: award@traveldaily.cn