

第1節 広報施策の基本戦略と全体像

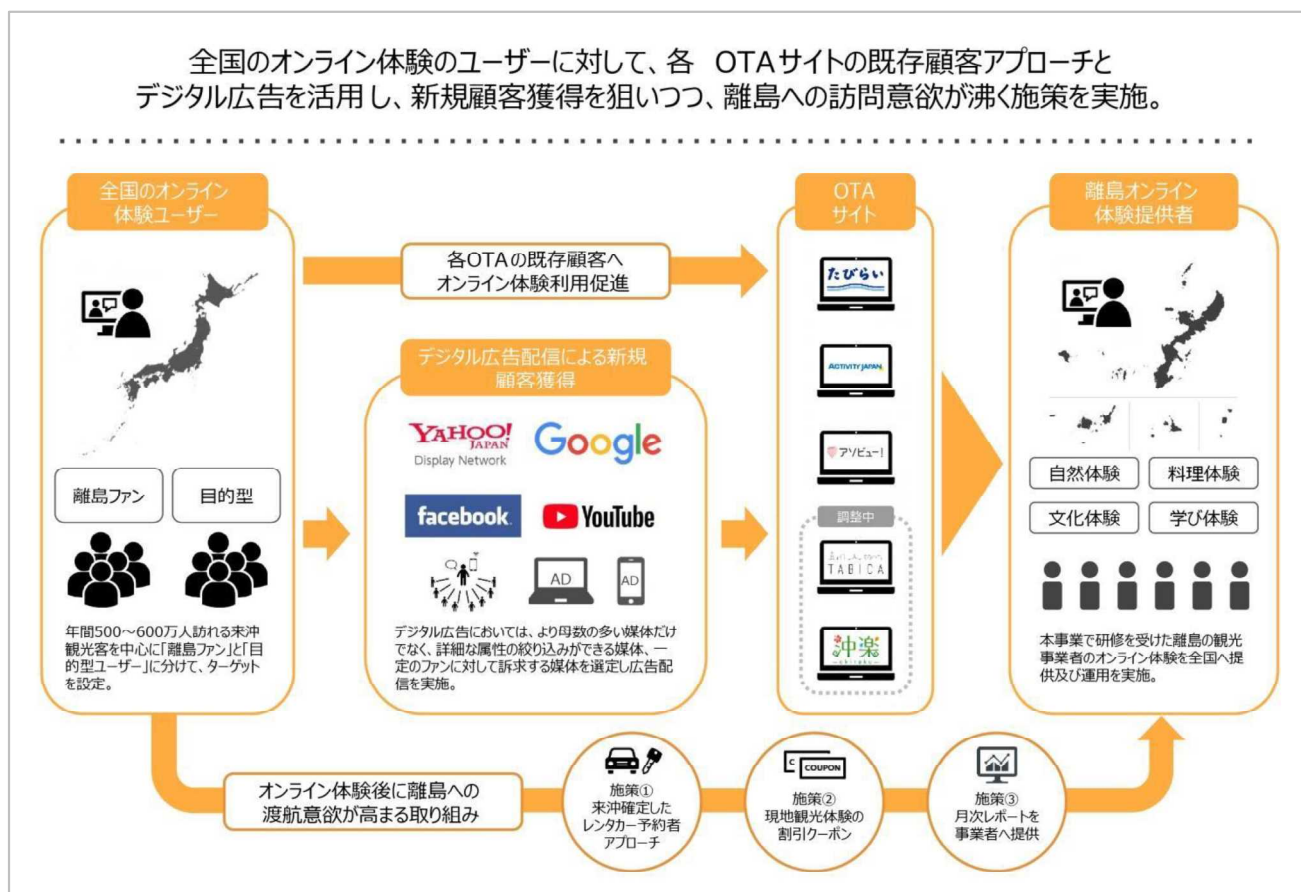
第1項 広報施策の基本戦略

ターゲットを「離島ファン」と「目的型」に分けてデジタルマーケティングを中心に集客を実施する。

オンライン体験のプラットフォームに集客し、予約から販売だけでなく、来島意欲の喚起を促す為に、徹底的なターゲティング広告を実施。また、本事業で作成した広告素材やマーケティングデータは今後の離島の資産として活用する事。

第2項 広報施策の全体像

全国のオンライン体験のユーザーに対して、各アクティビティ予約サイトの既存顧客アプローチとデジタル広告を活用し、新規顧客獲得を狙いつつ、離島への渡航意欲が沸く施策を実施。



第3項 広報施策の全体スケジュール

No	内容	12月	1月			2月			3月		
		下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
1	プロモーション全体設計										
1_1	広報全体戦略設計										
2	アクティビティ予約サイトを活用したプロモーション										
アクティビティジャパン											
2_1	特集ページ公開										
2_2	TOP ページバナー掲載										
2_3	メルマガ/SNS の配信										
アソビュー！											
2_4	特集ページ公開										
2_5	TOP ページバナー掲載										
2_6	メルマガ配信										
たびらい											
2_7	特集ページ公開										
2_8	TOP ページバナー掲載										
2_9	メルマガ/SNS の配信										
2_10	レンタカー予約者メール配信										
沖楽											
2_11	特集ページ公開										
2_12	SNS の広告配信										
2_13	デジタル広告(インフィード)										
3	デジタルプロモーション										
3_1	Yahoo_バナー広告										
3_2	Google_バナー広告										
3_3	Facebook_広告										
3_4	育児系 WEB サイト Hugkum 記事広告										
3_5	電子チラシ広告配信 13.4 万件 ×2 回配信										
3_6	旅行系メディア TABIPPO 記事広告										
4	その他施策										
4_1	玉城デニー知事記者会見										
4_2	500 円クーポン開始プレスリリース										
4_3	県外の観光学部生へチラシ配布										
4_4	県外の学童保育生へチラシ配布										
4_5	島あっちいメルマガ配信										
4_6	おきなわ離島オンラインツアーイベント 3 回開催										
4_7	都市圏へ新聞折込チラシ広告 2 回配布										