

【参考】企画提案例

※ 下記例に関わらず、効果的な提案を行ってください。

(例) 松山—那覇線の利用促進につながるテレビ番組を放送するとともに、ツアーを造成し、CM、SNS、WEB 等により情報発信を行う。

- ・ 松山空港から沖縄を旅するテレビ番組を放送
- ・ テレビ CM (松山-那覇線の情報や、番組内容に沿ったツアー商品等を告知)
- ・ 番組公式 HP、SNS、YouTube チャンネルから、番宣・ダイジェスト版掲載

KPI : ツアー利用申込者数 1,000 人

テレビ放送後 3 カ月間の松山—那覇線の利用実績が、前年比 50%増

(例) 松山—那覇線の利用促進につながるホームページからの情報発信及び SNS 広告を行う。

- ① 松山空港発、沖縄の旅を PR するランディング HP を開設し、情報を発信
- ② ①のサイトへ誘導するための、検索エンジン連動型広告、SNS 広告等のデジタル広告を実施
- ③ ①のサイトから、航空会社の予約 HP や旅行会社の予約 HP 等へ誘導

KPI : ランディング HP 経由の航空・旅行会社 HP での航空券予約成立件数 1,000 人

HP 開設後 3 カ月間の松山—那覇線の利用実績が、前年比 1 万人増

(例) 松山—那覇線の利用促進につながる SNS・動画サイトからの情報発信を行う。

- ・ インフルエンサーによる定期的な情報発信を行い、松山—那覇線を利用しリアルイベントを沖縄で開催
- ・ 短編動画をシリーズで配信 (松山から愛媛県民が沖縄を旅する)

KPI : 記事・動画の視聴回数 1 万回

イベントに参加した松山空港発旅客数 100 人

動画配信後 3 カ月間の松山—那覇線の利用実績が、前年比 50%増

【留意事項】

成果達成度合いを測る指標として、KPI を設定いただきますが、KPI が活動指標にならないように、ご注意ください。

(不適切な KPI)

- ・ CM 回数●回
- ・ SNS 広告回数●回
- ・ ツアー造成数●本

→CM や広告、ツアー造成により、どう搭乗者数増加につながったのかを KPI として再設定。