



Top
Mobile
Awards

广发信用卡感恩约跑

- ◆ 广告主：广发银行
- ◆ 所属行业：金融
- ◆ 执行时间：2015.10.27-11.16
- ◆ 参选类别：互动体验类

案例视频：

<http://v.qq.com/x/page/w0189m86dx3.html>



扫一扫看视频



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景&目标

● 背景

人群：

跑步运动看似是孤独进行，但流行圈子文化，无论是在线下固定路线一起“约跑”锻炼，还是通过社交软件进行“晒步数”“PK”，运动+社交提升了跑步的趣味性和影响力，也让志趣相投的跑者在分享和交流中相互监督、获得动力。越来越火爆的各种马拉松和跑步活动，弱化了“竞赛”的概念，成为都市“约跑”族的欢聚盛会，2015《健身长跑过程中运动愉悦问题的研究》调研中，获得快乐是参与跑步运动的第一原因，其次才是健身目的，而其中46.1%的用户认为获得快乐的渠道来自于“与朋友交流”。

产品：

金融行业提倡以人为本、可持续发展的智慧金融，并关注大众生活方式的变迁和提升，本案中面对都市人群的广发银行信用卡，以“广发日”为代表的周五优惠活动，倡导“欢聚”和“分享”的生活态度，与热爱体育热爱跑步的群体中流行的圈子文化不谋而合，社交基因的加入，让无论是跑步运动、还是金融消费，都变得更加有“人情味”。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

● 策略与创意

传统金融产品加入创新轻互动，增强体验感，提高转化率

产品层面：

打通APP运动接口，获取实时步数，分享邀请好友返回，有体验感，体现真实运动乐趣

客户层面：

满足运动人群要求，通过简单互动植入产品/品牌理念，带来有效转化



策略
一

APP运动数据同步

实时拉取用户手机APP运动步数数据，每天健康数据实时更新，用户互动社交与健康运动两不误！

策略
二

摇一摇传感体验

接入摇一摇传感体验接口，用户通过主流的摇一摇互动体验，获得虚拟步数，增加互动趣味！

策略
三

排行榜社交引爆

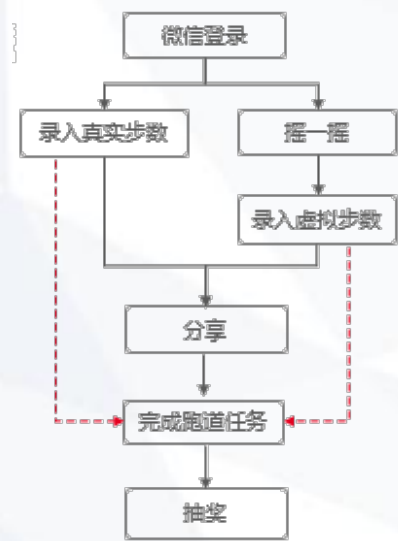
创建全国互动用户组团运动排行榜，引爆社交话题，利用用户炫耀虚荣社交互动心理提升主动分享率。



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

● 执行过程/媒体表现



- 一、用户在使用SNS APP的环境下打开H5互动页面；
- 二、调取微信运动“实时步数”；
- 三、通过摇一摇获得“随机步数”；
- 四、完成品牌指定跑路里程后，即可参与幸运抽奖；
- 五、可邀请好友组团PK。



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

效果&反馈



活动页面：

项目总PV：**4,379,790**，日均PV：**20w+**，页面展示频次较高，广发权益曝光丰富！



参与表现：

每个发起跑团的用户平均获得至少**4**位好友加入跑团为其赠予步数，圈子互动效果显著。



数据维度：

抽奖机制设置合理，**84.2%**互动用户完成任务提交手机参与抽奖，实现品牌官网引流/跳转。



感恩约跑 真朋友 步跑步行

START

- ① 广发卡朋友欢聚分享态度
- ② New Balance合作伙伴身份
- ③ 收集用户有效个人信息



单日PV:20+万



平均每用户吸引4人回流组团



84.2%有效填单率

END

① 调取运动实时步数



摇一摇送步数

您摇了1573步，系统会自动为您前进。

- ② 摇一摇获取随机步数
- ③ 反复参与完成马拉松 (广发LOGO/单日5次)



- ① 分享活动邀请好友组团
- ② 好友返回为用户增加步数
- ③ 回流用户可另行发起跑团

