

中国工商银行打造最强金融品牌

- ◆ 所属行业：金融行业
- ◆ 执行时间：2016.1.11-2016.6.26
- ◆ 执行范围：全国
- ◆ 参选类别：效果类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景&目标

推广背景：015年工行发布互联网金融品牌“e-ICBC”和系列产品，成为国内第一家发布互联网金融品牌的商业银行，这也标志着中国最大的商业银行全面加快互联网金融战略的实施。

推广目标：面对移动营销风暴，如何实现“e-ICBC”和系列产品的品牌推广和精准人群覆盖，从而实现灵活转型，在互联网时代下进一步发挥工行强大的客户基础、管理经验和资本优势，打造全网最强金融品牌。





三大挑战

互联网金融基于其等待时间短、维护费用低、风险小、支持随时支取等优势迅速崛起，随着红利期结束，品牌发声难度不断增大

移动互联网进程凶猛，消费者散落在多个屏幕，找到目标用户难度增大

互联网金融产品众多，支付宝、余额宝、微信支付、百度钱包、京东金融，工行如何突围，进行区别推广



Top
Mobile
Awards

洞察&策略



通过中国工商银行从理财到生活服务，全部8条产品线一体化为消费者提供优质服务，吸引目标受众

通过强势媒体和富媒体广告形式强势曝光，锁定高端、高品质、购物等人群，灌输新型金融投资理念

通过多创意和素材的针对性展示，给不同消费者不同的产品展示形象，形成差异化体验，提供多样化的产品诉求



Top
Mobile
Awards

过程&实施

过程&实施





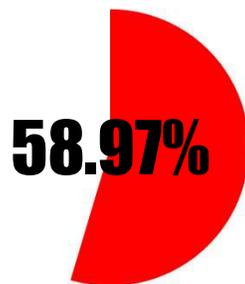
Top
Mobile
Awards

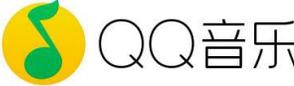
媒介&执行

甄选强相关优质移动端资源

NO.1	
NO.2	
NO.3	
NO.4	
NO.5	

Mob端TOP 10
媒体投放占比



	NO.6
	NO.7
	NO.8
	NO.9
	NO.10

定制化策略1

信用卡中心推广apply pay活动

手机品牌定向
定向iphone手机进行投放

手机屏幕尺寸定向：
定向屏幕尺寸 > 5寸的手机进行
投放

网络环境定向：
针对正处于WIFI环境下的消费者进行广
告投放

移动设备设定 (Inmobi平台暂不支持移动设备设定)

手机

苹果 三星 HTC

摩托罗拉 索尼 华为

魅族 小米 其它

PAD

苹果 三星 联想

华硕 宏碁 明基

惠普 LG 其它

其它移动设备

移动设备尺寸属性定向 (Inmobi不支持移动人群)

设备

价格

屏幕尺寸

2-3寸

3-4寸

4-5寸

5-6寸

6-7寸

7寸以上

操作提示
拖拽至黄色区域表示属性与属性之间为“或”的关系；拖拽至蓝色区域为“且”的关系。

x 设备 / 屏幕尺寸 / 5-6寸

且

x 设备 / 屏幕尺寸 / 6-7寸

且

x 设备 / 屏幕尺寸 / 7寸以上

工具箱设置

移动定向设置

移动网络定向： WI-FI 移动 联通 电信 其它

访客找回设置

点击找回：

当前已选点击找回类型：
点击过本广告主广告

定制化策略2

e校园定向北京大学及周边学校

以北京大学
为中心画圆



范围选取：
1~10KM，目前选定3KM

由中心圆点至辐射范围内的
移动终端人群均推送广告

LBS定向设定

精确定向, 请输入名称 x 北京 3km

5条结果 清除

- 删除 名称: 北京大学
地址: 颐和园路5号
- 删除 名称: 清华大学
地址: 双清路30号
- 删除 名称: 北京师范大学
地址: 新街口外大街19号
- 删除 名称: 中国地质大学

关闭 确认

e校园
重点策略：LBS
定向区域：校园附近3KM
结论：平均点击率提升**159%**



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

点击率**2倍**提升，高效覆盖目标人群



广告有效覆盖**18.95亿**目标人群
对各产品线活动信息感兴趣并点击广告
的目标人群超过**1564万**，有效覆盖
1286万人，PC、移动端的点击率均
有超**2倍**提升

— PC端点击率 — 移动端点击率

媒体展示

部分移动投放效果展示

土豆视频



网易新闻



新浪微博



金融理财

