

嘉实理财嘉-重新定义自驾

- ◆ 广告主：嘉实基金
- ◆ 所属行业：金融
- ◆ 执行时间：2015.10
- ◆ 参选类别：内容营销类



Top
Mobile
Awards

背景&目标



传播目标：

提升理财嘉APP的知名度，推动用户下载和使用



传播挑战：

移动理财，随时随地

作为移动理财工具，客户使用极为便捷，但传统推广方式不能突出“移动”，无法极致体现产品卖点

基金收益，回报丰厚

基金交易需要一定的时间才能累积丰厚收益，但传统推广活动通常周期较短暂，无法更好展示基金收益



Top
Mobile
Awards

洞察&策略



覆盖财经领域喜欢自驾的高端受众群体

消费能力：有车一族OR待购一族，具有消费能力

性格特征：勇于冒险，尝试新事物，爱好理财

影响力：中坚力量，社交影响力，具有社会地位

携手新浪启动一场突破性的营销活动

全方位提升理财嘉APP的知名度

推动用户下载和使用

驾游中国

□ 体验式营销，体现产品移动性

□ 周期较长，体现基金收益回报



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

驾游中国

嘉实理财嘉-特约金融合作伙伴
寻访中国商帮之路，体会财富经营之道

项目规划

分为三至四条线路，将分别走访最具代表性的晋商、浙商、粤商发源地

项目周期

每条线路约两至四天，每月行走一至两条线路，分布于一至两个月

项目内容

参观人文古建，领略山水风光，了解商帮文化，感受商业智慧

品牌合作

理财嘉线上线下全程曝光、定制化活动及内容营销

驾游中国



新浪驾游中国与理财嘉合作，选择与理财相关的八闽线路，打造“八闽才情，驾游福建”场景营销活动，通过快乐的自驾旅程，传播“悦生活悦理财”财富理念

达人夜话

达人夜话：在观赏了一天闽南风光，领略了当地文化、感受了闽商才智后，也许大家会对理财有不一样的感受呢！达人夜话，让参加活动的达人畅所欲言，从八闽财情谈到家庭理财，又从理财谈到享受人生。



福建的茶文化闻名于世，与“八闽财情”同行的福建省炎黄文化常务副会长马照南先生和《福建画报》社长崔建楠带领大家充分感受了一下当地的茶文化。



传播渠道：

传播要立体，话题、官微、H5、KOL一个都不能少

微博：阅读量突破7800万次，2.4万微博网友参与互动，官微及微博达人核心转发量达8万次，累计曝光达3.4亿。#重新定义自驾#一度跃居微博热门话题榜第六名

H5：本次H5的主题结合理财嘉的品牌理念，定义为“YUE”，因一花一叶而欣喜，还一茶一饭之本味，悦享当下成就自己，悦理财，悦生活。



KOL：“八闽财情”邀请来知名美女作家苏岑同行，借助她的影响力，着重关注女性在理财方面的地位和感受途中@苏岑老师不仅有理财嘉相伴，还特地带上了她的励志新书《做自己的女王》，嘉实官微签名送书活动一出，全国各地“女王们”的热情彻底被点燃了！嘉实官微活动阅读量突破60万，参与互动人数突破2400人。



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

累计覆盖人群：3.4亿



双微覆盖



微博：1.5亿



微信：8900万



其中移动端共计覆盖1.7亿

- ◆ 项目整体传播上，超过**15**位各界名人全程参与，微博话题近**8000W**
- ◆ 全国综合热门榜第5名；线上招募8天有1803名用户成功报名。
- ◆ 自驾与金融客户跨界整合，带来全新的营销合作商机。