

一切皆 IN 你所 AI——浦发银行信用卡 x 搜狗数字整合营销

广告主：浦发银行信用卡

所属行业：金融理财

执行时间：2018.12.01-12.31

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

市场背景

便捷支付应用逐渐广泛，人们的消费形式也愈发多样化，传统银行业务已经不能满足当下的发展需求，“金融科技”成为市场发展趋势。

品牌背景

浦发银行信用卡是由浦发银行发行的标准双币 Visa 信用卡。近年来，浦发银行信用卡紧抓“金融+大数据+AI”的发展机遇，在智能互联、智能客服、智能风控、智能社交等领域进一步探索。

浦发银行信用卡具有一般信用卡的基本功能之外，还具有享受更多优惠、个性卡面、个性卡号、专属权益的品牌特点。

营销目标

- 1、在智能化时代，融入 AI 浪潮，塑造品牌 AI 智能形象。
- 2、传递品牌产品高效便捷、个性定制的应用体验，实现年轻用户的客群引流。

策略与创意

受众洞察

根据数据显示，信用卡用户以青年为主，95 后和 90 后占比将近 50%，其中男性占比较高；主要集中在“大学本科以上”学历，占比高达 81.76%。（用户数据来源于《新浪财经&xx 信用卡：2018 年信用卡行业报告》）

TA 们：对新闻、财经、娱乐和体验内容较为感兴趣，关注相关的频道资讯；关注互联网、AI 智能技术等前沿资讯。

媒介洞察

1、作为互联网领军企业之一，搜狗拥有互联网天然的平台资源优势 and 前瞻性的 AI 技术研发和创新应用，与浦发银行的“金融科技”品牌发展契合。

2、搜狗 IN 全景·臻选礼盛典活动是由搜狗主办的互联网行业具有巨大品牌影响力价值的盛典活动，旨在梳理过去一年中最受网民关注和喜欢的互联网产品及人物，展示中国互联网生活的 IN 榜样，并展现出品牌独特的“IN 创造”“IN 风尚”“IN 势力”的属性，受到年轻网友的推崇。

3、同时以搜狗输入法、网址导航、手机浏览器为代表的搜狗产品系列具有科技感、娱乐性，备受年轻群体的青睐，近 6 亿的海量用户、多场景的媒介渠道助力品牌覆盖更广泛年轻用户群。

营销策略

以“一切皆 IN 你所 AI”的品牌标签圈连目标受众人群，将浦发银行信用卡作为搜狗活动的首席合作伙伴，通过与搜狗 IN 全景·臻选礼的跨界合作，实现浦发银行信用卡的“金融科技”印象认知。同时整合搜狗产品矩阵资源，聚焦目标受众群体，实现品牌海量曝光和客群引流。

创意策略

以 AI 的新玩法和年轻人沟通互动，通过在搜狗 IN 盛典推出浦发搜狗主题信用卡，印有搜狗吉祥物汪仔的形象，将搜狗所代表的 AI 形象与浦发银行信用卡传统金融品牌结合，更深层地融入 AI 属性和互联网元素，凸显浦发银行信用卡的品牌特色，并借助搜狗网址导航作为互联网媒介入口的大流量、AI 智能大数据属性，上线联名卡发售，利用搜狗媒介资源实现浦发银行信用卡的引新促活，同时搜狗大数据的互联网属性深化浦发银行信用卡“金融科技”的发展，助力拓展品牌未来更多的市场合作。

执行过程/媒体表现

第一阶段：前期推广

12 月 8 日-12 月 9 日，在广州、深圳草莓音乐节活动现场进行展位推广，通过高流量人群聚集的线下活动为浦发银行&搜狗 IN 盛典提前预热。

第二阶段：活动期——搜狗 IN 盛典线上投票期

12 月 14 日-12 月 17 日，在线上开通投票专区，定制专题推广，在搜狗浏览器 APP、搜狗地图 APP、搜狗手机助手、搜狗网址导航以及网址导航电视剧、电影频道等搜狗产品矩阵投放开屏、首页浮层触达广告、首页 banner 广告、焦点图多种形式广告，触达目标消费人群，吸引超 400 万网友参与投票，浦发银行获得海量曝光。



同时浦发银行信用卡作为年度 AI 创新营销代表作品参与投票，网友可点击观看浦发银行信用卡详情介绍，与品牌进一步互动。



第三阶段：高潮期——搜狗 IN 盛典线下活动举办

12 月 20 日，线下举办搜狗 IN 全景·臻选礼盛典活动，活动围绕“一切皆 IN 你所 AI”主题，为浦发银行梦卡定制 5 大亮点环节，实现品牌“金融科技”亮点传递。

1、现场超大屏 logo 露出



在活动现场，定制超大屏 KT 版广告展示，通过直观的“浦发银行梦卡随心定制”标语传递出产品可个性定制产品特点。

2、明星专访互动

在搜狗 IN 盛典活动现场，在明星嘉宾现场采访间设置浦发银行信用卡物料露出，与偶像实力明星瞿颖、郭麒麟等同框互动，跨界覆盖电视、综艺、音乐、时尚等领域，直接覆盖明星粉丝受众亿万级人次。



3、联名卡开卡仪式

搜狗 IN 盛典现场，浦发银行代表人和搜狗代表人进行主题信用卡发布仪式，通过智能大屏点亮形式，发布主题信用卡，现场数千嘉宾及观众见证了这一精彩瞬间。



4、拓展线上销售渠道

同时在搜狗网址导航上线办理浦发搜狗主题信用卡的推广入口，以搜狗专享开卡福利吸引用户办卡，为浦发银行信用卡拓展线上媒介渠道，进行新用户引流。

搜狗专享开卡福利

 搜狗商城 价值40元的全场通用券	 多多看书 价值200元的20000阅豆	 搜狗游戏中心 20000积分	 当月累计消费金额满8888元 可获赠搜狗 智能硬件 一个 <small>名额有限，先到先得，领完即止，限享一次！</small>
---	--	---	--




5、现场明星花式口播


邀请著名脱口秀表演家烧饼表演脱口秀，在其中花式介绍浦发银行梦卡。同时通过毛不易、范丞丞、王子异等流量明星发布活动微博，引爆社交热度。

毛不易  
 12月20日 22:35
 感谢#搜狗IN盛典#，感谢所有人的聆听。



☆ 收藏 143202 10565

范丞丞Adam0616  
 12月20日 17:57
 #搜狗IN盛典# 感谢@搜狗， I'm Here 



☆ 收藏 345529 15418

王子异  
 12月20日 18:32 来自 iPhone客户端
 感谢#搜狗IN盛典#
 感谢我的ISEE
 感谢所有工作人员
 感谢舞台



☆ 收藏 523110 15064 38578

活动期间还联合时下热门短视频平台抖音，视频平台腾讯、优酷、千帆视频平台推广，通过直播和录播、信息流文字链形式触达更广泛用户群体。线下在北京首都机场实现刷屏投放。

第四阶段：后续传播期

- 1、PR 传播：在目标用户较关注的科技、娱乐、时尚、财经垂直类媒体发布 300+稿件传播。
- 2、品牌联合：风行网、飞猪、春秋航空、蜻蜓 FM、第一视频、中国联通、方太电商等百家品牌官方微博联合传播，覆盖互联网、旅游、娱乐、电商、日化、通讯等众多行业，覆盖海量品牌粉丝用户。

营销效果与市场反馈

数据展示

线上投票环节覆盖百万网友，专题 PV 点击量突破千万；线下活动参与人数达 2900 人；后续传播新媒体品牌联合传播直接覆盖粉丝达 1.1 亿+，直接转发+评论+点赞超 15w；搜狗 IN 盛典话题阅读量 4 亿，讨论量 1147w+，热搜 12 小时，排名第三；活动期间，抖音信息流曝光 50w 次，视频网站累积观看人数超 180w。

市场反馈

1、大幅提升品牌好感度

通过此次搜狗资源整合传播，使浦发梦卡产品信息得到大面积曝光，实现了对目标消费人群的强势覆盖，品牌关注度持续提升。同时利用网络投票互动奖励机制，实现超过千万网友参与互动，产品实现了充分的曝光的同时也将品牌“金融科技”认知进行了深度传播，优化品牌市场口碑。

2、业界口碑与精准流量双赢

活动吸引了覆盖科技、娱乐、财经等多个领域的近百家主流媒体全程报道，更在行业里形成社交舆论高峰，行业嘉宾、流量明星的亲临现场，让品牌获得来自互联网一线企业、媒体的关注，业界口碑与精准流量双收。

广告主反馈

AI 时代的到来，越来越多的改变了我们的生活。未来我们还会联合搜狗，基于前沿 AI 科技为客户能够提供更方便快捷、安全稳定、个性定制的体验服务。