

泰康资产官方微信悦读栏目运营成功展示

广告主：泰康资产

所属行业：金融

执行时间：2018.01.01-12.30

参选类别：移动营销类-微信营销

营销背景

资产管理作为金融行业的主要组成部分，一直以“高效、严谨、专业”的形象出现的消费者面前，营销的表现形式过于拘谨和严肃。行业表现力的局限性，也导致了与消费者之间的距离感，在全民社交风潮的当下，资产管理是很容易被消费者忽视的一个行业。

为此，泰康资产希望一方面能继续保持自身长期积累的专业、高效好口碑的形象，另一方面，希望能突破行业内容和表现拘束，以更具人文精神的视野和姿态让更多专业消费者去深入感知品牌的外延与内涵。

公众号的关注度下降是业内普遍遇到的问题，如何增加现有粉丝对公众号的黏度，如何吸引新粉丝关注，如何在资管行业同类公众号上面脱颖而出，是在运营泰康资产公众号时不得不面对的问题。

营销目标

我们需要在泰康资产公众号上提供新颖独家内容，收获众多业内专业投资者粉丝，培养粉丝忠诚度，吸引更多新粉丝对泰康资产的关注及互动，巩固并不断提升品牌认知和用户黏性。

策略与创意

泰康资产公众号目标受众主要为三类：①泰康资产的客户（机构投资者为主）、资管行业从业人员、财经媒体记者；②金融行业从业人员；③对泰康资产或资管行业发展感兴趣的人。这类人群往往学历、收入较高，日常除了关注行业专业信息外，也认可读书是自我提高的重要途径，阅读这一行为本身便是对自我的一份重要投资。

在资产管理行业走出一条独属于泰康资产品牌的人文路线，定义人文金融的理念。2018年，泰康资产微信公众号开设“悦读”栏目，旨在透过行业大咖和知识 KOL 对一本书的自我理解，以及推介好书的形式，与专业消费者有更多思想层面的沟通与交流。我们独家邀请众多行业大佬向粉丝推荐优质好书。栏目独树一帜，充满人文力量。



正是一开始对目标受众就有着清晰的人群定位，公众号在后续的日常内容制作中，以粉丝的关注和喜好作为出发点，策划“悦读”这样的粉丝感兴趣栏目、内容及互动，将泰康资产的专注、专业的态度与目标人群的人生态度相结合，传递品牌精神。

执行过程/媒体表现

在“悦读”栏目执行过程中，我们累计邀请了二十多位行业大佬，推荐了 20+ 本优质书籍。这里云集了当代金融家李哲平、财新王烁、中国保险报业赵健、第一财经杨宇东、中国证券报王军、财资杨懿铭、21 世纪经济报道陈晨星、金融界巫云峰、证券时报刘兴祥、经济观察报郭宏超、泰康保险集团陈东升等行业大佬。众多业内大佬在泰康资产微信公众号上向粉丝推荐优质书籍，撰写并发布阅读感悟，传递人文信息。



书籍内容涉及多领域，每一篇均结合大佬自身的生活和工作感悟。“悦读”栏目不仅仅停留在文字上，当碎片化阅读成为主流需求，我们邀请专业主播录制音频，录下每一段智慧之文汇成声音，将大佬们的推荐文字以及书中经典章节，用“听”的方式呈现出来，让消费者能在更多场景（开车、运动、休息等）及碎片化的时间里去聆听和感受，释放双眼，让耳朵直接接触达大脑思想的深处。每期推荐的文末策划一个小互动，赠送当期大佬推荐的书籍给到幸运粉丝。更是在“锦鲤”热点之时，策划一期“寻找泰康资产悦读锦鲤”活动，把今年所有的“悦读”推荐书籍全都买下来，一次性送给“悦读锦鲤”，收获众多粉丝好评。

营销效果与市场反馈

提及“金融”、“资管”的字眼，多数人会觉得冰冷，有距离感。泰康资产的悦读栏目可以说是独树一帜，将自身的独特视野、人文情怀，以及与众不同的品味展露无疑。在某种意义上，善于为思想投资、拥有充实的头脑是品质生活的必备条件。关于投资，无论是在立意还是行为上，泰康资产都站在更高的人文层次上与竞品形成了独特的区隔。悦读栏目上线后，相关稿件累计阅读量约 15W。众多行业大咖为品牌背书，传递品牌在行业的领先地位。通过悦读栏目，将读书与资管行业、泰康资产巧妙连接，以人文为主调，公众号自然也将吸引更多懂金融、善于投资的高品质粉丝。

