

## 我来贷 x 网易 “人生清单杂货店”

广告主：我来贷

所属行业：互联网金融

执行时间：2018.06.27-07.16

参选类别：创意传播类

### 营销背景

#### 背景：

我来贷，是面向年轻消费者的互联网金融平台，专注于为有资金需求的年轻人提供更方便、更快捷的金融服务。2018 年品牌焕新，推出“分期消费贷款”服务，提倡“一份钱三份花”的精明消费理念。我来贷联合态度媒体-网易，期望借助有效的媒体广告资源投放，进一步扩大我来贷品牌的覆盖面和影响力。

#### 营销困境及挑战：

近年来，由于中国经济增速下滑，国民生活水平升级，导致物价飞涨。然而国民收入增长却仅为 5.8%，低于 GDP 增长。这意味着国民的生活成本在不断增加，再加上高昂的房价，让年轻消费者的消费欲望逐渐降低，甚至变得“佛系消费，丧气满满。”这种消费现状，显然与我来贷“精明消费”的品牌理念相悖。

如何刺激年轻群体产生消费欲望、将我来贷“精明消费”的品牌理念与年轻消费群体进行情感连接、帮助我来贷建立与年轻人的沟通与互动、并且提升品牌普及度、认知度，是本次营销的重大挑战。

### 营销目标

- 1、通过深入人心的洞察，用消费者喜闻乐见的情感表达方式，将我来贷的品牌价值充分地融入到创意中，与之产生高渗透的情感交流。
- 2、用年轻化、有温度的传播方式，提升我来贷的用户品牌好感度，以及品牌认知度。

### 策略与创意

我们发现，如今年轻群体在生活的高压下，昂贵的生活成本已令人疲惫不堪，支付不起一个个令人向往的梦想，消费欲望正在降低。

针对年轻消费者这一精神痛点，我来贷携手网易，助力年轻人消除丧气生活，对佛系 say no! 暖心打造“人生清单杂货店”，从多且笼统的生活需求中梳理清晰的“人生清单”，将大而难的人生梦想细化成一个个容易实现的小目标，从而积极刺激他们的消费欲望，取得与消费者之间正能量且不鸡汤的情感共鸣。

通过以“人生清单”为脚注，将我来贷“精明消费”品牌理念和清晰人生进行巧妙连接。暖心的传

播模式，深入了年轻人精神家园，引起我来贷和年轻消费者强烈的情感共鸣，令品牌形象深入人心，当“清单任务”出现时，用户通过使用我来贷为人生清单按下“快进键”。

### 亮点：

- 1、跟帖作文大赛：通过“立 flag”热门话题，挑起年轻人敏感神经，个个争着上热门！
- 2、“生成你的人生清单” H5 互动：自定义心愿，生成人生梦想清单！最大化吸引用户参与。
- 3、“人生清单杂货店”线下快闪：拟物化你的梦想，零距离接触才最扎心！

## 执行过程/媒体表现

### 第一阶段：前期预热，掀起“人生清单”讨论热潮（6月27号-7月3号）

#### 线上：跟帖作文大赛，智造网络热词

通过网易新闻的王牌跟帖栏目，以作文大赛的形式征集用户跟帖，其轻量级，兴趣化，娱乐化的特点，引发了大量优质 UGC 产出，为后续传播奠定预热基础。



**跟贴局 作文大赛**

姓名:  科类: 作文

要想flag永不倒，这本秘笈少不了  
作文 (100分)

人生清单 杂货店

掐指一算，今年已过半。是时候发出直击灵魂的拷问了：你年初立的flag还屹立不倒吗？眼睁睁看着隔壁家孩子的flag一个个实现，而自己好像总是被打脸.....

被打脸不要慌，flag倒下太正常。哈佛大学的研究表明，世界上只有3%的人可以维持flag不倒，走向人生巅峰。而他们的诀窍简单得难以置信，只有九个字：写下自己的人生清单

正如《影响力》里说，列出人生清单后，会被一股神秘力量加持，努力实现清单的内容。列出人生清单的最好时机有两个，一个是十年前，一个是现在。挥一挥衣袖，立即参加。顺便带走丰厚奖品。

**跟贴作文大赛时间**  
6月27日-7月4日

**奖项设置**  
特别突出的人生清单将有机会获得由我来贷提供的100元严选卡（共七份）。最走心、最扎心、最有趣、最有共鸣的还有机会成为人生清单杂货店的展品，7月7日在深圳益田假日广场B1中庭现场展出，享受众人膜拜。

**获奖用户**  
本次活动，获奖名单如下：北坡旅人，在下王大雷，青梅兽，火星网友，白雪公主爱小矮人，澳大利亚青蛙，无限美景。小伙伴们要留意邮箱信息及客户端气泡信息，奖品兑换日期截止于2018年7月10号，逾期作废哦。

我要参赛  
偷看他人作文  
分享本期命题

网易新闻 | 跟贴

大V联动：原创高品质内容，广泛覆盖社会群体。

通过咋整公众号的IP“父与子对话”长图漫画的形式，发布原创文章《都是20来岁，凭什么他的

愿望全实现了!》, 形象生动讲出消费观代际差异, 鼓励大家列出自己的人生清单以及关注线下活动。



**第二阶段: 线上线下联动传播, 引爆网络 (7月4号-7月7号)**

**线上: 爆款 H5, 刷屏朋友圈, 扎心引流**

H5 链接: [http://go.163.com/web/20180627\\_Welab/index.html](http://go.163.com/web/20180627_Welab/index.html)

深夜加班、课程搁浅、梦想迷失.....H5 开篇扎心三问, 引导用户思考人生。重力感应+3D 效果+人性化操作界面的新技术, 增添了 H5 的可玩度。自定义心愿, 可个性化生成用户专属人生清单。趣味 UGC 内容的产出, 激起了社交网络“立 flag 大赛”, 引发二次传播。





### 线下快闪店：人生清单杂货店。

人生清单杂货快闪店，落地深圳闹市区商圈，聚集了中国最前沿最热血的年轻群体。活动将人生愿望拟物化进行展览，每件展品下有一个对应的商品条形码，参与者进入店内用扫码枪自由“选购”心愿后，到收银台打印出专属人生清单，深度激发了用户参与度。



### 彩蛋：品牌拍照区。

大量路人自发加入拍摄并主动传播，在各个渠道广泛传播。活动当天，品牌拍照区成为最大亮点，我来贷品牌得到极大曝光，强有力地深化了年轻群体对我来贷的品牌认知度。

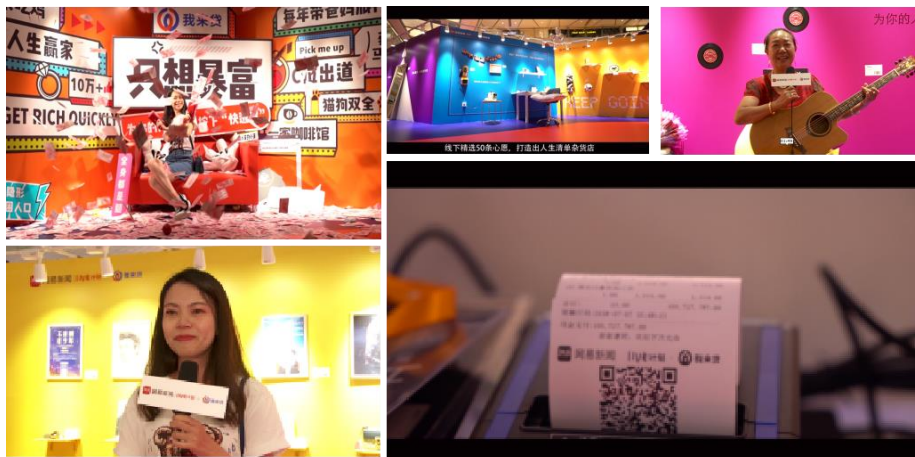


### 第三阶段：后续传播，“人生清单”事件持续发酵（7月16号）

#### 高品质视频回顾

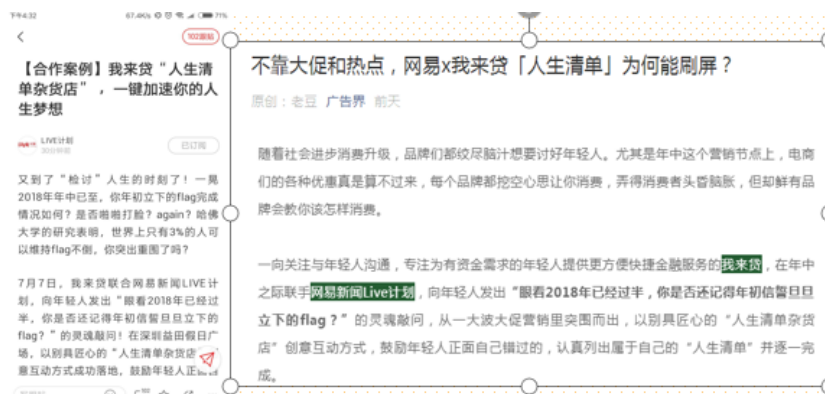
视频播放链接：<http://v.163.com/zixun/V96957QH6/VDM2QN4DB.html>

以采访形式，收集活动参与者的真实发声，高品质的活动视频回顾，将温暖扎心进行到底。



#### 多角度复盘文章

通过多角度的复盘推文包装，在网易官方网易号 LIVE 计划及其他大 V 号进行复盘总结，使本次活动成为营销经典案例长期留存，让活动源远流长。



## 营销效果与市场反馈

本次合作充分利用网易媒体的号召力及优质推广资源，通过王牌跟帖栏目、H5 专题及线下快闪店进行传播，是一次成功的合作。其中“生成人生清单”引发全民参与，成为网络热点话题。传播过程中，既提升了品牌认知度又传达了品牌态度，达到了预期效果。

**总曝光：**130,216,389 人次

跟帖作文大赛：跟帖量 4,973；

人生清单 H5：曝光量 122,958，生成人生清单 6208 个；

人生清单杂货店线下快闪：10 万人次曝光。

(数据来源于网易新闻客户端监测统计)