

浦发银行信用卡·好运从你的第一次尝试开始

广告主：浦发银行信用卡

所属行业：金融

执行时间：2018.05.01-05.04

参选类别：视频内容营销类

营销背景

行业背景：

在中国金融信贷行业不断普及覆盖各个层级消费者，有初始办卡意愿青年群体客群已经被各品牌信用卡或者分期消费等金融产品分割并占据饱和，且产品利益易复制并趋于相同；如何在红海市场中制造出与竞品的差异度并形成品牌区隔是浦发银行信用卡面临的迫切问题。

营销背景：

浦发银行信用卡在五四青年节即将到来的 5 月，即将针对青年群体释放一波首开卡福利；如何借助这次市场的利好点生成一次情感的撬动，让转瞬即逝的多巴酚刺激转化成长久沉淀的品牌记忆与符号记忆？

营销目标

在五四青年节节点，将浦发银行信用卡的首开卡福利促销转化成一次有内容有深度的话题互动

将“首次分期免息”的利益点转化成情感上相通的品牌理念诉求

策略与创意

Strategy：

我们洞察到，青年人最美好的品格是**不畏前路艰难执着奋斗的“勇气”**，这种奋斗在每个人生阶段，都会有标志意义的“开始时刻”，在这个微妙的开始时刻，他们心怀着不确定却希望能有一个顺利和美好的起步；结合**“起步”与“首发”**的概念，我们找到了**“第一次”**这个关键词，以此为契合点和用户进行情感与品牌理念的沟通，并最后传达产品利益点，达成传播品效合一与市场认知区隔。

Creative：

为了唤起更广泛的年轻人的共鸣，我们选取了年轻人生命中最有触动和共鸣的几个时间点与场合，

突出第一次的“勇气”，通过这种“勇敢的第一次尝试”，他们获得了人生中宝贵的成长与幸福收

获；最终以#好运，从你的第一次尝试开始#契合浦发的“好运卡”产品名称，与“首次开卡免息”的产品利益点，形成强关联——

第一次面对上司，主动提出加薪时的忐忑；

第一次坚信自己，倾尽家财买房时的紧张；

第一次追求幸福，捉住主动权时的大胆；

第一次迎接新生命的惊喜；

第一次选择奋斗，辞职开创事业的义无反顾.....

通过职场新人、甜蜜房主、追爱女孩、新晋爸爸、创业青年这五个人设，

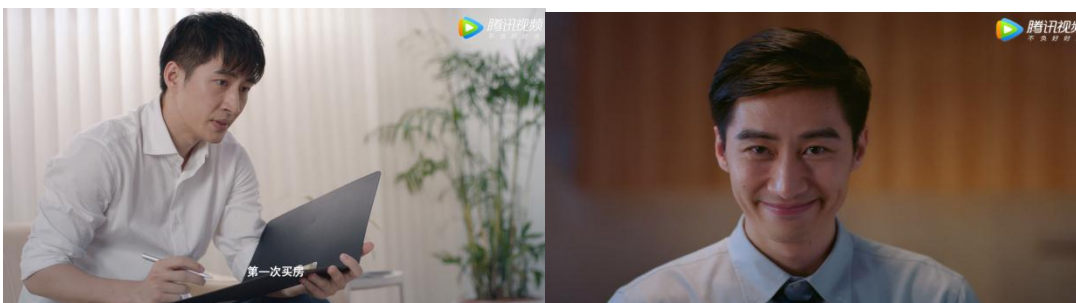
将酝酿的众生相情感纹理充分释放，让时代中青年人在青年节这天感同身受；

执行过程/媒体表现

视频截图：



【 职场新人】



【 甜蜜房主 】



【 追爱女孩 】



【 新晋爸爸篇 】



【 创业青年篇 】

视频地址：<https://v.qq.com/x/page/t0642ki6xwo.html>

营销效果与市场反馈

曝光量达到

1800000

在线视频

播放量达100W+

100000+

微信文章

阅读量高达10W+

阅读量