

## 平安好车主双十一抖音短视频

**广告主：**中国平安

**所属行业：**金融

**执行时间：**2018.10.17-11.11

**参选类别：**短视频营销类

### 营销背景

**行业背景：**

如今消费者的消费信贷行为变得越来越零碎，传统意义上的金融产业在消费金融的大潮之下发生着急速的变化；同时，人们在快节奏的信息社会，与品牌产品的互动也变得越来越短促与直接；品牌如何做出适应性的创新性改变成为主要挑战；

**营销背景：**

平安好车主在双十一的市场节点，推出每天抽取一吨油的促销活动，如何结合促销利益进行一波互动性强的促销推广带动用户参与，成为面临的主要挑战。

### 营销目标

拉近与用户之间的距离，与年轻人群深度对话，

营造双十一狂欢氛围，达到病毒式洗脑传播引发抖音模仿热潮，

提高 APP 知名度，提升消费者对产品的认知度

### 策略与创意

**Strategy：**

以 2018 年最火爆的病毒营销形式——抖音短视频为创意发想的出发点

结合热词与社会热度标签，形成场景化“现实扭曲力场”

达成最具有轰动性传播效果的情绪沟通

同时创作一套抖音舞蹈贯穿视频，以简单易学、逗趣欢乐的形式

激发人们的视频观感与互动乐趣

同时与节奏感的口播卖点结合

引发立体体验下的自发传播

**Creative :**

利用抖音短视频幽默简短洗脑的视频属性，以及“家里有矿”的网络火热用语进行改变和再创作，

以客户双十一活动最大优惠点每天抽取一吨油为基本点出发，原创出“家里有油”的土豪大亨形象，通过夸张重复的视频表现手法与常见的生活桥段为原型，进行剧本创作。

并在结尾原创出简单可学的舞蹈动作配以音乐反复口播卖点，达到洗脑病毒式传播的效果，引发模仿热潮引爆流量。

## 执行过程/媒体表现

### 1、深析客户需求进行视频脚本创作



### 2、原创魔性洗脑舞蹈，创意团队自行手机录制 demo



视频链接：[http://www.iqiyi.com/w\\_19s6cpvb31.html](http://www.iqiyi.com/w_19s6cpvb31.html)

### 3、执行拍摄最终出品



视频链接：[http://www.iqiyi.com/w\\_19s6cpy07l.html](http://www.iqiyi.com/w_19s6cpy07l.html)

### 营销效果与市场反馈

本次项目通过抖音短视频 APP 单点传播，完美覆盖目标人群，达成客户预期的病毒式引爆流量的营销目标。

“家里有油”抖音创意短视频观看次数高达 10 万次；

视频点赞数及评论数合计 5 万余条；

新用户转换率达到预期的 2 倍、双十一投放期间共有 2 万新注册用户；

短视频最终引发 10 万人次参与模仿拍摄。