

## 东方证券杯“私募梦想创业营”跨媒体整合营销

广告主：东方证券

所属行业：金融机构

执行时间：2018.03.01-11.10

参选类别：跨媒体整合类

### 营销背景

#### 1、品牌传播背景

东方证券在近三年的战略规划中明确公司要打造的财富管理新模式，就是搭建“客户引入--咨询服务——产品配置——需求挖掘——综合金融服务”一站式的财富管理生态圈，布局私募板块是业务关键；从品牌营销角度而言，行业中私募比赛频频，但缺乏影响力、公信力卓越的业界大奖；

#### 2、行业发展背景

我国私募基金行业发展令人瞩目，各类私募基金管理总规模由 2014 年末的 1.49 万亿元增长到 2017 年末的 10.83 万亿元，不到三年暴增 6.27 倍。对比而言，私募证券基金（自主发行）中，1 亿以下的私募占比为 78.82%；马太效应加剧，在市场环境及监管政策双重压力下，开始行业大洗牌，大量中小型私募公司管理规模不断收缩，出局压力进一步加大。由此可见私募行业发展迅猛，但中小私募面临生存大考验。

### 营销目标

本次项目全面打造“私募梦想创业营”活动，旨在：

#### 1、塑造行业影响力

通过私募梦想创业营为私募机构、优秀个人提供展示平台，将比赛打造成为行业标杆项目，强化东方证券在私募领域的影响力。

#### 2、全景展示企业投资能力

通过比赛全面展示东方证券优秀的投资管理能力，推广先进的投资理念，促进行业健康发展。

### 策略与创意

#### 策略

整合大新浪双平台三终端多频道黄金资源，线上线下联动，联手打造东方证券杯“私募梦想创业营”

## 亮点

### 1、打造资管生态闭环

本次大赛由东方证券和新浪共同举办，邀请嘉宾包括私募大咖、银行资管、东证高层等，打造“券商—资方—私募机构”生态闭环。

### 2、多维大咖助阵，多个圈层打造行业最强声量

邀请嘉宾包括私募大咖、银行资管、东证高层等，不同圈层辐射不同的用户，形成“圈层”的自我扩容、逐步升级和再复制能力。

### 3、多样原生内容定制，多维引爆活动关注

多样化内容生产主体为内容生产打下坚实基础；活动以海报、视频、H5、直播、长图、专题等内容形式进行多维度传播，最大化引发用户关注。

## 执行过程/媒体表现

### 线上传播---多样内容多维传播活动信息，新浪双平台三终端多频道黄金资源最大化曝光活动

#### 1、多样原生内容定制，多维引爆活动关注





2、新浪新闻/财经频道（PC端）曝光活动信息，最大化触达PC端用户，全面提升活动声量。



3、新浪新闻/财经频道（APP端）曝光活动信息，最大化触达移动端用户，全面提升活动声量。



4、新浪双微官微矩阵曝光活动信息，迅速抢占高净值人群注意力，最大化触达社交媒体用户。



5、线上双端（PC+WAP）视频及图文直播活动盛况，全网联合引流活动关注度。



线下传播与执行 – 充分传播品牌信息，全景展示企业投资能力

1、线下颁奖典礼循环播放暖场视频，视觉化传播品牌信息。

## 线下传播 - 颁奖典礼

暖场视频剪辑于颁奖典礼当天循环播放，视觉化传播品牌信息



2、线下活动物料全方位展示品牌权益，充分传播品牌信息。

## 线下执行

线下活动物料全方位展示品牌权益，充分传播品牌信息



## 营销效果与市场反馈

本次活动有 790 名个人、492 家机构、752 只产品报名参赛；

启动仪式及颁奖典礼现场观众达 500+，6 场沙龙参加人数达 600+；

媒体总曝光量超过 25 亿，点击量超过 800 亿。