

## 招商银行&NinePercent 联名信用卡微博营销

广告主：招商银行

所属行业：金融

执行时间：2017.10.25-01.25

参选类别：社会化营销类

### 营销背景

为提高招商银行信用卡在年轻用户的持卡量,招商银行信用卡联合 Nine Percent 打造联名信用卡。

### 营销目标

招商银行信用卡联合 Nine Percent 打造联名信用卡,借势 NPC 人气提升信用卡关注热度,引发更多用户关注与讨论。

### 策略与创意

#### 1、策略

借势明星影响力,释放粉丝的力量。围绕#NINE PERCENT 联名信用卡#,整合微博黄金优质资源,打造招商银行信用卡品牌热点事件。

#### 2、亮点

①品牌传播紧贴用户浏览路径与浏览习惯,全面拦截用户目光。

②多维度 KOL 助力,持续圈层目标用户

### 执行过程/媒体表现

#### 1、卡面上市前品牌官宣,强势预热。

①品牌速递+超级粉丝通多维传播触达粉丝最大化告知活动。在关注流和热门流强势推广招行官方预热微博,实现 630 万 PV,强势曝光。

②三大百万级粉 KOL 强势转发,助力官宣微博传播,引千万用户关注,成功吸引年轻用户注意力。

③NPC 粉丝后援团增值支持,运用粉丝经济,助力官宣微博传播,提高产品声量。

新卡上市前 【强势预热·品牌官宣】

品牌速递+超级粉丝通  
多维传播触达粉丝最大化告知活动

新浪增值支持  
百万级粉丝KOL、粉丝后援团助力



④活动曝光后达到超十层转发，形成裂变式传播。其中 KOL 为主要带动者。



2、新卡上市，发起卡面预约，引爆品牌声量。

品牌 BIG DAY:

- ①开机报头紧贴用户浏览路径和粉丝搜索习惯，全面拦截用户目光。
- ②热搜词#招商银行 NINE PERCENT 联名卡#紧跟粉丝习惯，精准触达粉丝人群。

③ 粉丝头条撬动粉丝关注，提升事件传播力度，扩大品牌声量。



**引爆活动声量：**热搜榜单、蔡徐坤搜索词强势曝光，帮助品牌锁定用户关注点，引导用户参与话题讨论。

**卡面上市后 【引爆声量·品牌BIGDAY】**



**3、话题页全程运营，全面体现品牌权益，实现品牌和用户交流与互动。**

① 话题页全面体现招商银行品牌权益，将招行信用卡和明星偶像深入联结，持续深化用户认知与印象。王牌嘉宾权益扩大品牌的信息曝光量，提升用户的关注度。

## 【营销复盘—全程运营】

话题页面全面体现招商银行品牌权益，持续深化用户认知与印象

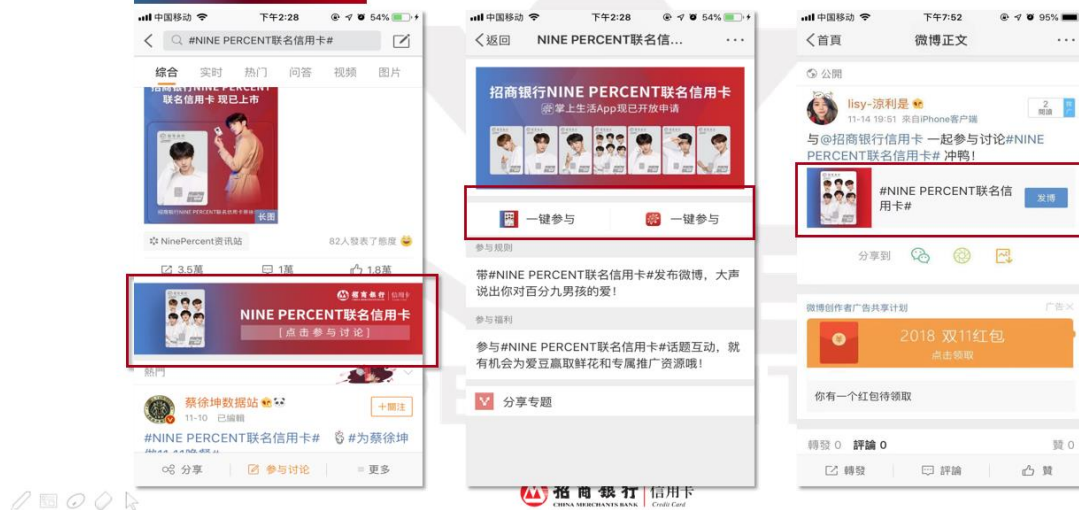


②一键参与进行内容定制分享，以最便捷的方式增加用户互动性，扩大话题传播。

## 【营销复盘—全程运营】

全程运营

一键参与进行内容定制分享，扩大话题传播



## 营销效果与市场反馈

### 1、数据总结:

#### ①传播广度:

#NINE PERCENT 联名信用卡#话题阅读量 2.3 亿，讨论量高达 167.9 万。

②截止到分析时间，招行官宣博文共取得转评赞数达 **18** 次。覆盖人数高达 **27,490,069** 人，博文实际 PV: **6352918**，超出预估 300%。

传播热度：

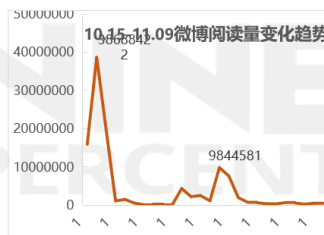
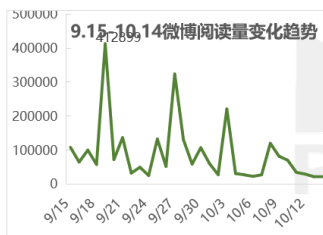
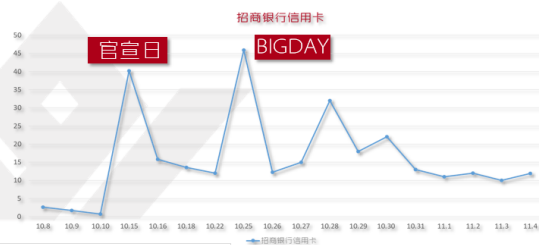
根据新浪舆情通统计，本次传播为招商银行信用卡带来传播前 **9** 倍的热度指数。

从微博阅读量变化趋势来看，@招商银行信用卡 在 10月15日-11月9日传播期间，最高峰出现在 10月16日，峰值为 38688422 次，是未传播前的 93 倍。

从微博评论变化趋势来看，@招商银行信用卡在 10月15日-11月9日传播期间，最高峰出现在 10月15日，峰值为 33586 次，是未传播前峰值的 33 倍。

## 市场效果

本次传播为“招商银行信用卡”带来的**热度指数**为传播前**9倍**



从**阅读量**来看，较以往@招商银行信用卡**最高峰**，本次传播带来超**93倍**的曝光。

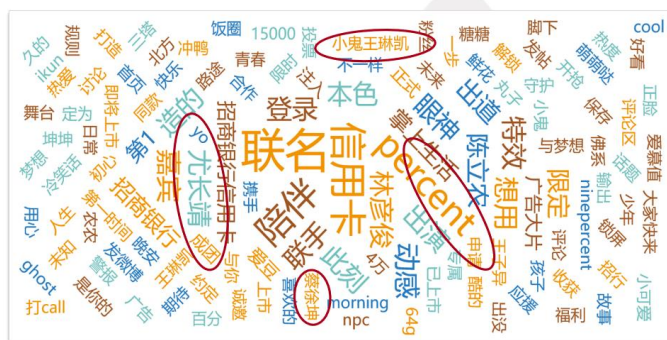
招商银行 信用卡

数据来源：新浪舆情通，10.08-11.04

## 2、市场效果：

品牌捆绑：从热词云图可看出，在传播期间，招商银行信用卡与 nine percent 形成强关联。

## 市场效果



从热词云图可看出，在传播期间，招商银行信用卡与nine percent形成强关联。

招商银行 信用卡

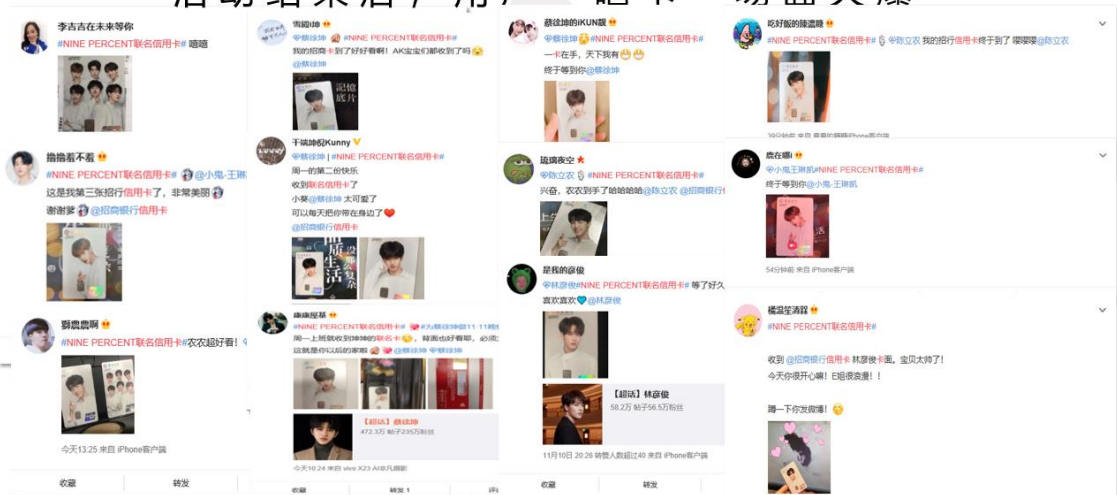
数据来源：新浪舆情通，10.08-11.04

用户评价：

①活动结束后，用户“晒卡”场面火爆，NINE PERCENT 联名信用卡收割用户一致好评。

## 【项目效果】

活动结束后，用户“晒卡”场面火爆



②根据微热点数据分析，总体友好度从传播前的 88.63% 提升到传播后的 97.58%，上升将近 10%。尤其是品牌官宣日当日总体友好度高达 98.64%。

## 【项目效果——品牌友好度】

品牌总体友好度上升 10%



数据来源：微热点，关键词：招商银行信用卡