

邮爱公益整合传播项目

广告主：邮储银行

所属行业：银行

执行时间：2018.04.08-10.10

参选类别：公益营销类

营销背景

邮储银行与中国扶贫基金会合作，在全国8个贫困地区学校成立“邮爱自强班”。

营销目标

2018年为一周年，在此契机，希望记录并传播邮爱公益成果，并号召社会参与公益献出爱心。

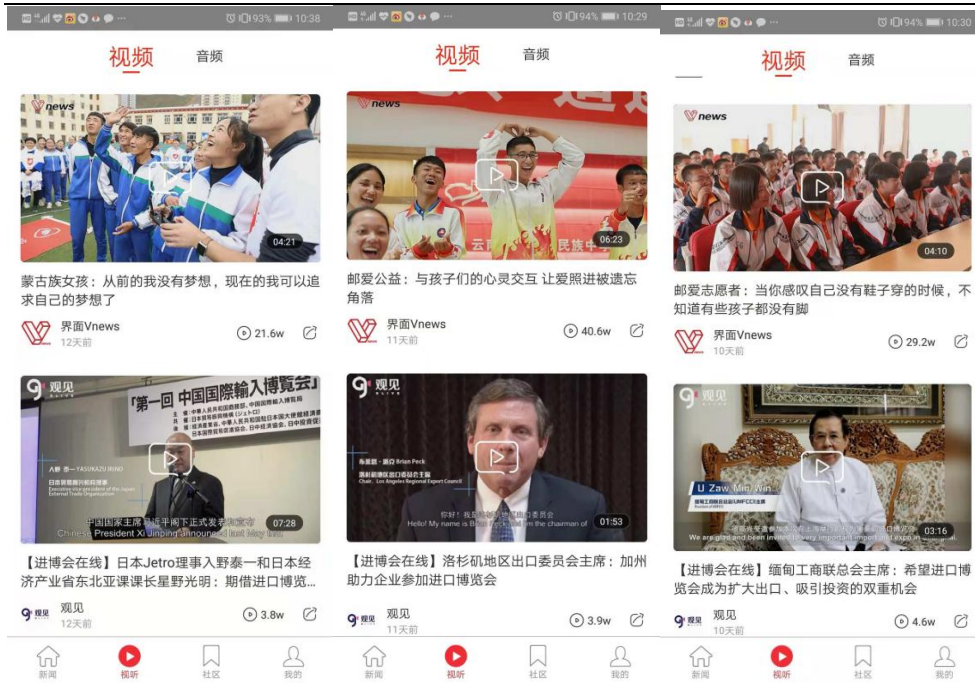
策略与创意

借助界面和腾讯新闻展开深度报道。

借助界面媒体精良的内容制作能力，为邮储银行拍摄4条《邮爱公益周年寻访纪录片》，并撰写专题新闻报道；借助腾讯新闻平台传播力，定制邮爱公益双端宣传专题页。

执行过程/媒体表现





专题报道网址 (已嵌入视频): <https://www.jiemian.com/article/2554720.html>



融合多种优质资源, 亿量级平台用户
强力曝光 品牌公益形象, 传播扩散 形成热点 话题

线下传播风采一览



各分行线下齐助力



营销效果与市场反馈

整体效果概览



总曝光量
172,925,078 次



平面总发行量
6,133,000 个 / 份



网络总曝光量
166,792,078 次



网络总点击量
1,519,852 次



网络点击率
0.19% 次

此次传播总体曝光为 **172,925,078 次**，
其中平面总发行量为 **6,133,000 个 / 份**，网络总曝光量为 **166,792,078 次**
金融客户公益类项目 **行业平均** 点击率一般为 **0.1%**
此次邮爱公益项目投放效果表现优秀，点击率达 **0.19%**

数据来源：第三方监测公司、媒体数据（人民网、央广网、新华网不支持第三方监测）