

人人贷借款 8 周年《真朋友，讲实话》

广告主：人人贷

所属行业：互联网金融

执行时间：2018.10.10-10.17

参选类别：社会化营销类

营销背景

- 1、互联网信贷行业野蛮生长，频发负面新闻，用户信任度不足；
- 2、2018 年 P2P 暴雷状况下行业出现整体失信状态；
- 3、网贷借钱的用户形象污名化；

营销目标

- 1、建立借款人对人人贷的认知，提升品牌美誉度；
- 2、树立 P2P 借款行业的正面形象，提升用户对行业的信心；
- 3、提升广泛理财人对品牌的信任感。

策略与创意

- 1、塑造借款人的正面形象，为用户正名，自然能赢得他们的好感；
- 2、创意通过目标用户四个典型借钱场景和问题洞察，传递了如果没有做好借钱准备人人贷不希望他们来借钱的“真朋友”忠告，通过用户信任的朋友圈和微信公众号进行传播扩散。

执行过程/媒体表现

- 1、9 月 24 日开始制定社会化营销策略，微信公众号作为主要 social 传播渠道，在财经垂直类、生活百科类、娱乐搞笑类、影视音乐类等 100 个 KOL 中进行选择，9 月 30 广告主确认其中的 33 个 KOL 进行传播，精准覆盖目标人群。
- 2、10 月 8 日，开始进行媒介排期，并对每一个公众号制定宣传策略、文章修改和审核。
- 3、10 月 11 日，生活百科及娱乐搞笑类 KOL **洞见**、**潮音乐**、**回忆专用小马甲**、**简易心理学**等平铺推广，大造舆论基础。



4、10月13日,垂直领域财经类、科技互联类 KOL **功夫财经**、**科技爆料**、**万能的大熊**、**钱眼**等发声,提升品牌信任度。



5、10月14日,意见领袖、渠道头部账号 **三联生活周刊**、**十点读书**触及核心圈层,将本次传播推

向高潮。

什么是真朋友，什么是假交情

十点读书 1周前



创业不是闹着玩，年轻人，你真的想清楚了？

原创：morlee 三联生活周刊 1周前

我曾经在采访中结识过一位年轻的创业者，他的经历令我唏嘘不已。

熟悉他的人喜欢叫他飞哥。飞哥个子不高，黑黑的，但眼神锐利，仿佛一个凶悍的“南美毒枭”。

他口才极佳，擅长夸夸其谈，诸如：孵化、杠杆、IP、营销……都是他常常挂在嘴边的词汇。

飞哥说自己要变成下一个乔布斯，要登上《时代周刊》封面，要凭自己的才智与努力推动人类的进步。

他有一句名言：问苍茫大地谁主沉浮？当然是我！



6、10月15日，影视音乐等跨界账号**环球音乐榜**、**陛下开饭了**、**人生研究所**等垂直角度切入，最大化创意扩散。

怎么唱好“友情”这首歌？他们能给你答案

环球音乐榜 不借钱给你的，才是真朋友



原创：所长本长 人生研究所 6天前

1天，6个女人

十点君 十点电影 0

如果有比这让人魂不附体的。

朋友如



在诸如《消失》那些由某些唱作者，易。

你的微信是上千？

十点君叨逼叨

前阵子网中年男士

今天十点君就来介绍



仅用对话就撑起了别。

召唤师峡谷呢？

英雄小助手

前几天，助手留言。

一位刚毕业的，觉上班和之前。



其实不止是他。因为高中的玩，无论是心思肯定都不。这一点对于伙伴应该都知道，助手哥几后，大学一直的不适应问题，所以今天，咱扯，进入社会。



一顿饭人均 6000+ 的餐厅，到底都吃些啥？

小笼包 陛下开饭了 6天前

豆瓣九分多，十刷都不够

原创：鱼叔 独立鱼电影 6天前

好莱坞电影，一直被全球各地争相模仿。

但其实，它才是世界上最大的电影翻拍中心。

奥斯卡最佳影片《无间道风云》，翻拍自香港永不过时杰作《无间道》。



豆瓣排名top11的《忠犬八公的故事》，翻拍自日本票房冠军《忠犬八公物语》。

7、10月17日，广告营销类账号**4A广告门**、**首席营销官**、**广告狂人**输出案例总结，提炼核心观念，引导舆论方向。三篇深度案例，总结借助意见领袖传播，提升人人贷品牌形象。

一支视频让你路转粉的人人贷凭什么？

原创：李东阳 首席营销官

这次品牌营销，人人贷太良心了



4A广告门 4天前

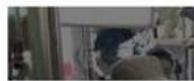
荣获国际“宝鼎”奖最佳品牌《50本营销论》
作者 | 李东阳
来源 | 首席营销官 (ID:cmo16)

在我们的印象中，人人贷轻人的幽默，给人一种充在互联网金融大浪淘沙的运行8年，截止于2018年710多亿，累计注册用户8万（数据来源于人人贷官累积。同时数据的背后是而这也是人人贷的底气。



在这样的品牌基础之上，最近，人人贷8周年营销策以四个故事情节串联，以幽默、又温暖。

最近，人人贷8周年营销策以四个故事情节串联，以幽默、又温暖。



如果品牌广告都讲实话，那这日子没法过了

广告狂人 4天前

上至上市公司借钱，都是一个尤其是对于创业从来不是为了一个可能

品牌广告真的是个神奇的东西，比如康师傅牛肉面，包装上总是画得无比丰盛，但实际买到手之后，基本每一款都像清汤面。如果我们身边常见的那些品牌，突然说了实话会怎样？



KEEP：能坚持3天算我输



美颜相机：自己长什么样心里没个数？



12306：抢票的时候比你先崩溃



1、《真朋友，讲实话》视频：<https://v.qq.com/x/page/t0739lq4r5l.html>

2、《真朋友，讲实话》社会化营销总结视频：

https://v.youku.com/v_show/id_XNDAwODI2NjM0OA==.html?spm=a2h0k.11417342.soreults.dposter



如果只是一时冲动
我们不希望你来借钱

具体借款情况以实际审批为准
请根据需求合理借贷

广告创意



如果没有认清机会
我们不希望你来借钱

具体借款情况以实际审批为准
请根据需求合理借贷

广告创意



如果不能长久坚持
我们不希望你来借钱

具体借款情况以实际审批为准
请根据需求合理借贷

广告创意



营销效果与市场反馈

- 1、视频播放量：2500 万+；
- 2、微信指数：10 月 11 日飙升至 480W+480W+，传播期间均值 204W+204W+；
- 3、百度指数：峰值 8089，传播期间均值 6908；
- 4、传播数据：阅读量 459.8 万，互动量（转评赞）15.3 万，12 篇 10 万+文章；
- 5、外围传播：营销公众号 16 家自传播，阅读量达 19.7 万。数英网、广告门案例收录，成为 2018 年 TOP100 营销案例。