

爱钱进双十一传播营销项目

广告主：爱钱进

所属行业：互联网金融

执行时间：2018.10.31-11.12

参选类别：社会化营销类

营销背景

1、背景

今年双十一，受整体经济环境影响，往年的消费升级面临“降级”，年轻人花钱更保守。

相比往年，如何能把不敢花的钱，变成赚钱的途径，是互联网金融巨头——爱钱进，决定以双十一作为品牌发力点，展开市场沟通的用户洞察依据。

2、挑战

双十一期间，在各大品牌争相造势下，品牌话题如何跳脱突围，吸引更多市场？引发受众关注，将成为巨大的挑战。

营销目标

借势双十一，爱钱进将“年轻人为追求当下生活品质超前消费的意识”与“特殊环境下，既要花更要会赚的现实诉求”之间的冲突相结合，提出涉及社会民生的现象级话题，引发受众探讨，从而树立正确的消费观。

策略与创意

一、策略

借势火爆网综《奇葩说》第5季打造社会话题，以辩论的形式探讨金钱的话题，传达“会花更会赚”的品牌观点，激发UGC讨论。

二、创意

量身打造爱钱进独家栏目《钱进说》，邀请奇葩说高人气辩手傅首尔、花希录制视频，就“爱花钱的女生和不爱花钱的女生哪个更可怕”和“假如给你一个亿还要去上班吗”两个辩题展开讨论，品牌观点“会花更会赚”巧妙输出。

执行过程/媒体表现

一、首创行业内新式营销，量身打造爱钱进独家栏目《钱进说》

1、提炼艺人犀利金句，为传播带来爆点



2、品牌 icon 与观点同步露出，巧妙结合强化记忆



3、软广融入辩题，通过艺人花式口播传递品牌观点

评论多数带“爱钱进”



三、借助奇葩说辩手及双微头部资源的影响力进行传播，精准触达目标消费群体。



视频链接：

爱花钱的女生和不爱花钱的女生哪个更可怕

<http://n.miaopai.com/media/ITqXYNGd5ni96DOabVeQpzFV--P~BVbU>

假如给你一个亿还要去上班吗

<http://n.miaopai.com/media/QhNqduhUIU0c2WG~X4rKEG-L4QtNKL6v>

营销效果与市场反馈

- 1、创新性：继“创意中插广告”颠覆行业刻板模式后，又一次引领互联网金融行业的营销创新趋势；
- 2、病毒内容激发自传播：花费 50 万，获得播放量共计 1920.4 万，有效助力品牌曝光；
- 3、承接内容的自发性话题互动：互动量高达 21 万，品牌与受众深度沟通；

4、有效建立品牌观点，“花钱不可怕，不会赚才可怕”和“真正的有钱，是拥有赚钱的能力”，使受众在娱乐中轻松获知，与产品利益点结合，促进了品牌美誉度的提升。