

腾讯理财通工资理财鼓励计划传播

- ◆ 广告主：腾讯理财通
- ◆ 所属行业：金融理财
- ◆ 执行时间：2017.11.01-12.01
- ◆ 参选类别：内容营销类

营销背景：

传播背景：很多人都知道要存钱，可是月存越少，月存越光！缺乏坚持存钱的动力和决心。如何借助代言人刘涛，让更多的人将坚持月存成为一种习惯，定期工资理财呢？

营销目标：

目标：1.借助代言人刘涛，鼓励用户坚持月存，让定期工资理财成为习惯；
2.最大化传播工资理财信息。

挑战和困境：

如何借助代言人刘涛，让更多的人将坚持月存成为一种习惯，定期工资理财呢？如何让用户意识到定期工资定投的重要性呢？

目标人群洞察：

- 1.大部分人没有意识到工资究竟花费在哪些没有意义的物或事上；
- 2.大家对月存工资的坚持力很低，缺乏动力。

核心策略：

配合刘涛工资理财鼓励计划TVC，将战役分预热、活动上线、持续传播三个阶段，最大化传播工资理财鼓励计划产品功能，教育用户形成定期月存，坚持理财的好习惯。

案例亮点：

精准性、互动性

预热阶段：

在官方阵地以征集真实用户故事证言活动为主；借势双十一发起活动，获得高质量用户UGC；借助代言人刘涛影响力，诚邀刘涛核心粉丝团，传播TVC花絮，多渠道覆盖粉丝，扩大外部声量；

活动上线期：

传播刘涛工资理财TVC，并提炼出#工资去哪儿了#话题，引发9大知名品牌蓝V主动参与，微博大V自作病毒式海报参与话题，迅速成为网友们讨论的焦点；从“饮食”和“出行”触发，联合饿了么和嘀嗒拼车合作，全方位触达工薪阶层，深化产品教育；

持续阶段：

充分利用故事改编，地铁广告等用户真实故事素材，在官微、微信情感自媒体大号、豆瓣红人，微博KOL等平台立体化传播。

刘涛TVC视频链接：<https://v.qq.com/x/page/f0517w7cahk.html>

预热阶段：

1.真实用户证言征集

在官方双微发布工资理财鼓励计划真实用户故事征集——坚持，是我做过最容易的事情。

官方微信：<http://mp.weixin.qq.com/s/6yLN5hdWAzgdYLUxvB5Rnw>

官方微博：<https://weibo.com/5033584457/Ft5v02xYC>

腾讯理财通主站：



2.借势“双十一”热点，发布双十一剁手买的错活动，引发用户对工资花费的思考，落脚至工资理财，倡导理性消费观念。

官方微信文章链接：http://mp.weixin.qq.com/s/jh_UzckZkOXaVQRijpC8qg

官方微博：<https://weibo.com/5033584457/FugNWe7u8>

3.借助代言人刘涛影响力，诚邀两大核心粉丝团@刘涛官网粉丝团，@刘涛官方网-漫境涛心吸引关注；粉丝团首发刘涛表情包，花絮视频等素材，为TVC预热。

百度贴吧-刘涛吧活动链接：

http://tieba.baidu.com/p/5465175649?share=9105&fr=share&unique=8D02A3AFC880436EA03F22D135764EBF&st=1514516903&client_type=1&client_version=9.1.0&sfc=weixin

刘涛官方网-漫境涛心 粉丝团：

微博刘涛花絮链接：<https://weibo.com/2024282603/Fy4q9nH9a>

微博刘涛表情包链接：<https://weibo.com/2024282603/Fy5wmau2s>

微信文章链接：<http://mp.weixin.qq.com/s/K8b9aRAZnWcqOQBKDEok3A>

刘涛官网粉丝团：

微博刘涛花絮链接：<https://weibo.com/1995483600/Fy4iAnUdZ>

微博刘涛表情包链接：<https://weibo.com/1995483600/Fy5wV0FXx>

微信文章链接：http://mp.weixin.qq.com/s/wnvi_KHroabTJzDu2DTnog

4.官方承接刘涛粉丝团，形成闭环：发布刘涛工资理财视频花絮，制造悬念，引起粉丝关注

官方微博链接：<https://weibo.com/5033584457/FyfhZd2KM>

官方微信链接：<http://mp.weixin.qq.com/s/foGabI3LhOMszstSRE1iSw>

活动上线阶段：

1.TVC正片上线，获刘涛本人转发

刘涛本人转发官方TVC正片微博，并号召粉丝加入“工资理财鼓励计划”两大刘涛核心粉丝团@刘涛官网粉丝团，@刘涛官方网-漫境涛心再次主动转发。

官方微博TVC链接：

<https://weibo.com/5033584457/FyfhZd2KM?sudaref=passport.weibo.com&type=comment>

刘涛官方网-漫境涛心 微博转发链接：<https://weibo.com/2024282603/FynJVeLhp>

刘涛官网粉丝团转发微博链接：<https://weibo.com/1995483600/FynJv0b0N>

刘涛转发官博图片

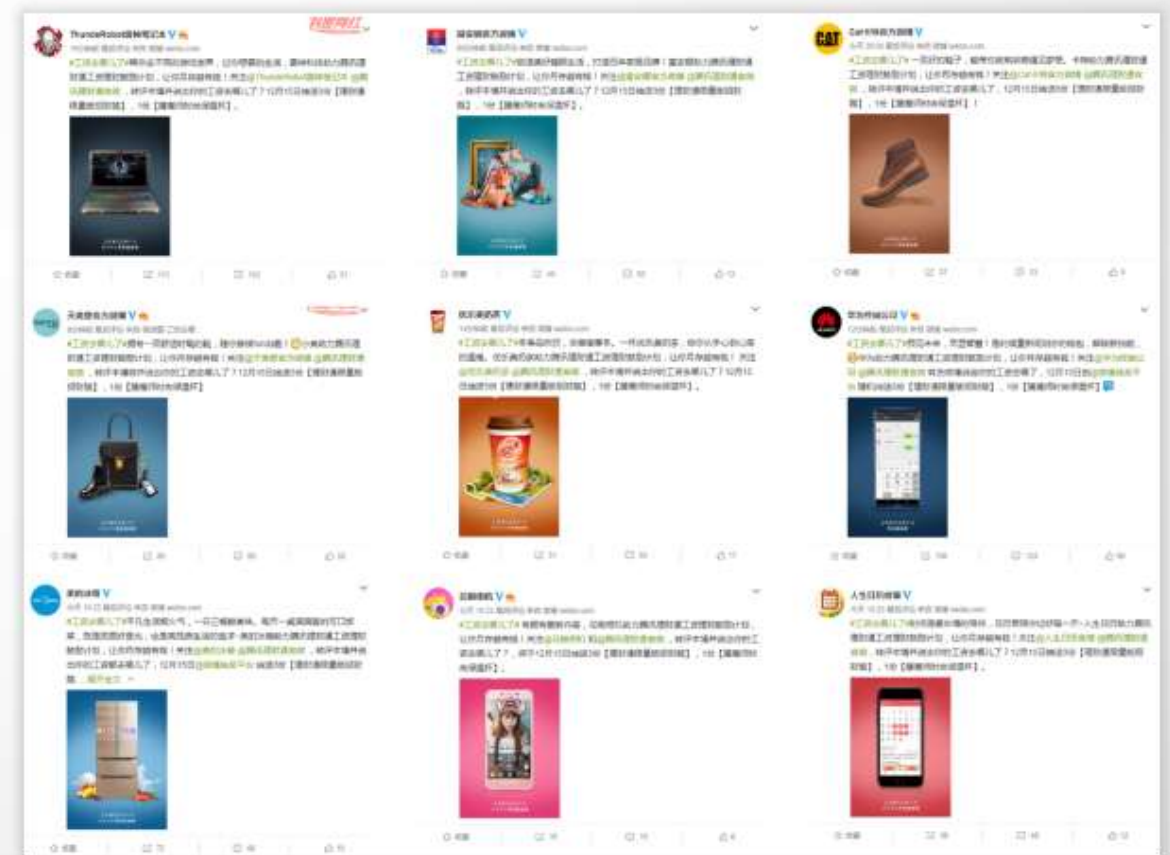


官方微信发布TVC文章链接：<http://mp.weixin.qq.com/s/ICp9UMiwtAr3LQINhd0ByQ>

2. 9大蓝V联动，登微博话题TOP1
借势年终节点，9大知名品牌蓝V主动参与炒作#工资去哪儿了#话题。



华为、美的、优乐美、天美意等9大知名
品牌蓝V主动为#工资去哪儿了#话题造势



3.从“饮食”“出行”及访问量高的手机APP等方面全方位触发工薪阶层，与饿了么，嘀嗒拼车深度合作，占领8大手机开机屏，场景化营销打动用户。



(嘀嗒拼车报名)

邀请腾讯理财通资深专家刘明军、李康宁等坐镇“财富专车”，为用户解决理财难题；网红KOL侯珊珊将过程进行直播。



侯珊珊直播中

直播回放链接：https://www.yizhibo.com/l/720ceyOw_FeWcnts.html



(资讯类手机APP开机屏)



(与饿了么合作)

4.制作精美长图帮助用户更好理解“工资理财鼓励计划”

一张图告诉你？为什么要加入工资理财鼓励计划

明星专属荣誉鼓励

代言人刘涛成为你的工资理财鼓励师，亲密鼓励，存钱有动力！

工资理财三大优势

- AUTO 一次设置 自动扣款
- 5min 实时存款 最快5分钟到账
- 微信理财 方便快捷

坚持月存奖励多

- 腾讯理财VIP
- 话费券
- 信用卡还款券



一键加入领新人专属福利

非用户成功加入即得5000积分，积分可兑换京东券（满2600积分）及腾讯视频会员（满2400积分）

邀请好友再送惊喜鼓励金

每邀请一位好友成功加入，即可获赠惊喜红包，被邀请好友成功好友奖励可立即提现，邀请好友越多奖励越多！

双重奖励叠享不停

新人成功邀请好友邀请奖励可以叠加，成功加入后再邀请5位好友，不仅领新手专属大礼，还可获得鼓励金红包！

用工资理财月存工资 月存越有钱

还在等什么？立即加入工资理财鼓励计划，鼓励师刘涛带你月存越有钱！

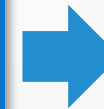
工资理财大数据 一招教你判定“相亲男”

与工资理财的相亲事儿，你都知道吗？

1 工资理财用户都是善于坚持的一群人

年龄组	占比
1-30	3.00%
31-40	4.55%
41-50	7.00%
51-60	21.48%
61-70	36.00%
71-85+	28.04%

使用工资理财超过1年的用户占65%，超过2年的占30%；相亲男已具备坚持的特质，好感度加分！



2 男士是工资理财的主力军

男性用户 53.86%
女性用户 46.14%

男性用户占比54%，这个“会理财的相亲男”你还不爱！

3 谁说年轻不理财？年轻一族表示不服

年龄组	占比
19-22岁	9.41%
23-29岁	34.83%

19-22岁占比9%，23-29岁占比34.83%，年轻就要会理财，看来这个相亲男对理财的领悟力超群！理财理财，理财有道。

5. 外围病毒式海报及非洲小孩视频趣味传播，引发工薪阶层对“工资去哪儿了”的反思，并引导到工资理财

微博大V【奔波儿灞与灞波儿奔】链接：<https://weibo.com/1895327843/FyHm2qZpJ>

微博大V【前任是个神经病】链接：<https://weibo.com/2903316485/FyHm29o8c>

微博大V【微影姐姐】直发非洲小孩趣味视频链接：<https://weibo.com/2647356685/FyQMxia55>

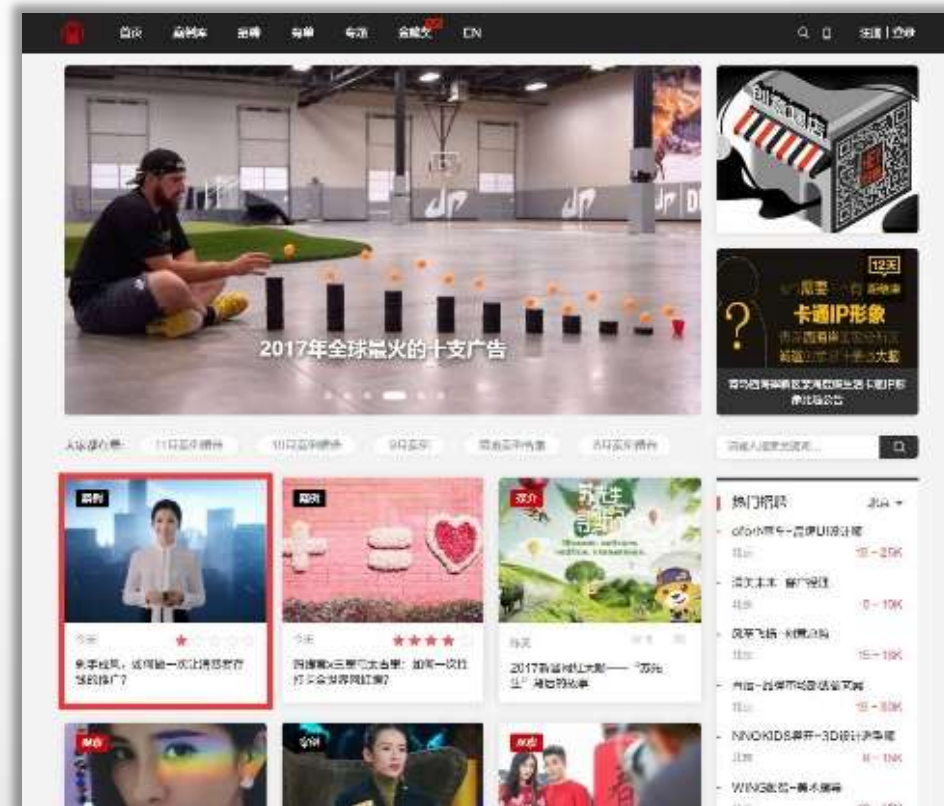
微博大V【凌罗秀】转发非洲小孩趣味视频链接：<https://weibo.com/1722058250/Fz1k15Ork>



6.刘涛工资理财鼓励计划TVC文章登上外围咨询APP今日头条首页推荐，且将工资理财鼓励计划战役传播策划整理成文章，被知名营销网站“广告门”收录于每日要问首页。

今日头条文章链接：<https://www.toutiao.com/i6496393466581352974/>

广告门文章链接：<http://creative.adquan.com/show/42953>



持续传播：

用户故事持续传播，加强情感共鸣

充分利用“故事改编”“地铁广告”等真人故事素材，官方双微阵地，微信情感类大号、豆瓣红人、微博自媒体KOL等平台进行立体化传播

官方微信文章链接：

<http://mp.weixin.qq.com/s/x-hNoDgZ7rqN5CVmO8JD0w>

<http://mp.weixin.qq.com/s/d3GUpHgkRj9rVg8IKopFMg>

<http://mp.weixin.qq.com/s/squsr1ZVokYJkmoTD1dvTQ>

<http://mp.weixin.qq.com/s/820MEiQlaWYKJvSBC2z6YA>

官方微博链接：

<https://weibo.com/5033584457/FBpPm2bUb>

<https://weibo.com/5033584457/FBJRrmFXO>

<https://weibo.com/5033584457/FBSzPt0U0>

<https://weibo.com/5033584457/FCvNliT36>

微信情感类大号——晚安少年 文章链接：

<http://mp.weixin.qq.com/s/sbS5HpybkLCbD8YNhMgOYg>

豆瓣红人——咕噜噜

<https://www.douban.com/note/650874968/>

豆瓣红人——鼯鼠的土豆

<https://www.douban.com/note/651013766/>

微博KOL——广告也震惊链接：<https://weibo.com/2156460914/FBrPHFCbn>

微博KOL——韩饭桶链接：<https://weibo.com/2481092927/FBs5VejhZ>

营销效果与市场反馈:

1. 发布工资理财鼓励计划用户征集故事---坚持，是我做过最容易的事情，总阅读数超过2万+，总征集UGC内容超过1000+；
2. 微博—借势双十一，发布#双十一剁手买的错#话题，用户参与感强，UGU内容丰富，互动量1500+；
3. 刘涛两大核心粉丝团@刘涛官网粉丝团，@刘涛官方网-漫境涛心的微博，微信，刘涛吧等发布刘涛表情包，花絮视频等素材，为TVC正片上线预热，覆盖刘涛粉丝达到170万+；
4. 微博借势双十一热点，发起互动话题“买过最无用的东西”，粉丝互动1000+；

- 5.官方微博发布刘涛工资理财TVC正片，刘涛本人转发，TVC曝光量：1亿+，阅读量1200万+
官方微信发布刘涛TVC文章，阅读量达到7.9万+；外围资讯APP今日头条登上首页推荐，曝光达81万+，阅读量达17.5万+
6. 9大蓝V联动，登微博话题TOP1——借势年终节点，联合9大蓝V炒作“工资去哪儿了”话题，登上微博社会榜TOP1,24小时榜TOP2；华为、美的、天美意、优乐美等9大蓝V主动为#工资去哪儿了#话题造势，覆盖粉丝达2000万+
7. 将“工资理财鼓励计划”战役传播策划整理成文，被知名营销网站“广告门”收录于每日要闻首页。

【官方微信侧】征集用户优质故事，撰写精品内容,受到粉丝高度好评，总曝光量：1260万+，总阅读量：44.5万+，总互动量：3000+

【官方微博侧】借势双十一热点发布活动，制作刘涛表情包，花絮视频及TVC传播，覆盖刘涛粉丝群，提升品牌声量；总曝光量：682万+，总互动量：2万+，总阅读量：1200万+

【外围侧】多渠道覆盖。精品文章推荐在外围APP今日头条首页，微博KOL直发/转发优质内容，刘涛两大粉丝团主动参与传播官微内容。总曝光量：5400万+，总阅读量：360万+，总互动量：9000+