

交通银行最红星期五，是ta先撩的我

- ◆ **广告主:** 交通银行信用卡
- ◆ **所属行业:** 金融理财
- ◆ **执行时间:** 2018.06.08-07.22
- ◆ **参选类别:** 效果类

背景

- 信用卡的消费人群不断趋于年轻化
- 80、90后已成为信用卡的主力消费人群
- 刷卡消费最多的血拼购物人群，仍以女性为主导

为此，交通银行推出了主题为“最红星期五”的系列周五优惠活动。

挑战

- 近年，交通银行一直面临着品牌年轻化的挑战
- “最红星期五”的活动鲜为人知

目标

打造**创意内容**

匹配**高契合度的营销平台**

抓住**高消费力的核心用户**，提高品牌知名度和互动率

最终打开年轻消费市场，提升交通银行信用卡开卡数量

美图用户高度匹配信用卡高消费力人群

美图产品以美为主诉求，覆盖 **爱美，年轻，高消费力的女性**。

使用场景：更乐于参加 **社交活动，业余生活** 更丰富

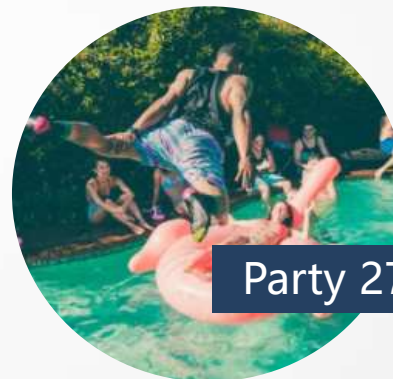
美图用户在哪些场景下更喜欢自拍？

美颜相机x艾瑞 《中国女性自拍研究报告》

公园游乐场
32.8%



Party 27.4%



聚餐时
37.4%



逛街购物
27.8%



洞察

策略

6.8-6.14

定制H5 “周五红人榜”

- 以美颜相机用户为主要受众人群，以品牌活动色红色为滤镜色，定制趣味贴纸
- 同时，通过点赞评选模式促进用户分享、参与。

7.5-7.11

首次10秒电影合作 #是ta先撩的我#

- 10s电影的质感滤镜风格，打动都市白领人群；
- 加入贴近生活的特色台词增强用户同理心；
- 美拍话题#是ta先撩的我#引发用户好奇心。

7.19-7.22

携手美图变身节 线上线下联动

- 活动展馆特色鲜明
- 现场KOL直播发起线上互动

执行策略



美颜相机

硬广+H5定制
最红星期五



美拍

硬广+10s电影定制+话题活动
#是ta先撩的我#



美图秀秀&美颜相机

硬广+H5定制
今天你惠红



美拍达人线下直播

M计划达人



美图变身节
线下场馆定制

6.8-6.14



美颜相机多位点硬广导流助推 超1亿人次高度期待

品牌曝光

TTL imp.

113,741,281

TTL Click.

649,425

CTR

0.57%



静态-开屏可点击 (1/3轮播)

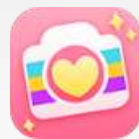


首页icon (1/3轮播)



二屏icon (1/3轮播)

6.8-6.14



创意H5 “最红星期五” 引爆社交互动 打造交通银行信用卡 -周五红人榜-

定制H5边框+贴纸



7.5-7.11



互动形式升级

首次10秒电影合作，绑定美好生活，邂逅美好时刻

#是ta先撩的我#话题活动掀起线上热潮

视频总点赞数近千万

话题页总曝光

18,337,194

TTL Click.

70,315

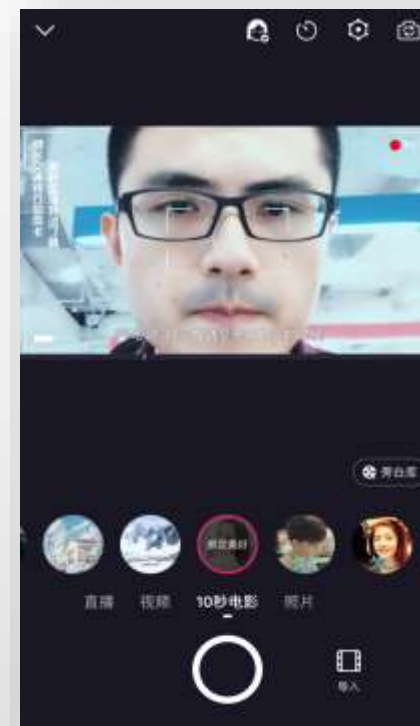
CTR

0.38%

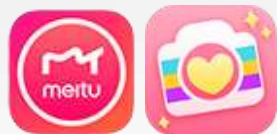
美拍话题活动



10秒电影



7.19-7.22



秀秀、美颜双平台助推
多点位引流H5 提升活动关注度

TTL imp.
125,863,524

TTL Click.
536,113

CTR
0.43%

硬广曝光



静态-开屏可点击 (1/3轮播) 引流H5



首页icon (1/3轮播) 引流H5



首屏、二屏icon (1/3轮播) 引流H5



7.19-7.22



线上线下载联动

美拍达人直播

美拍达人直播吸引**15万+**观众



线下活动覆盖多领域受众

美图变身节线下活动场馆



线下实际参与人数**24,453**, 达到预期人数的**3倍**

线上线下联合，多维内容打动年轻用户的心：

活动主题H5+首创10秒电影模式+美拍撩人话题+线下趣味展馆

成功提升活动的知名度与互动性，打开年轻受众市场，以促进交行信用卡开卡数量增长

- 硬广曝光：总曝光高达**2.6亿**，硬广导流整体实现近**134万**点击，进入页面的转化率达到**0.51%**，为官网、H5页面获取到了更多的曝光及使用转化；
- 美拍话题曝光量高达**1834万**，美拍达人直播吸引观众达**15.2万**；
- 变身节线下场馆参与人数达**24,453**，超过预期的**3倍**。丰富的互动形式使用户更全面的了解交通银行信用卡的信息。