

平安人寿 《谁能帮我花掉这1000万? ! 》

- ◆ 广告主: 平安人寿
- ◆ 所属行业: 金融保险
- ◆ 执行时间: 2018.01.22-01.26
- ◆ 参选类别: 创意H5营销类

案例视频

<https://v.qq.com/x/page/s0707neybw3.html>

或者
扫一扫看视频





超越人生 平安人寿2018年初
新推出的一款分红险

“短期投入高额给付，持续稳定的现金流反馈相伴一生”

撬动欲望缺口
让都市白领新青年吃下玺越人生这剂安利

打响知名度

**传递稳定
现金流
的理念**





但是.....

同质化的金融保险广告铺天盖地

TA开始免疫，表示统统不感兴趣

TA 何时感兴趣金融产品？

捕捉年终奖节点话题，构建“稳定”关联

与其
挥金如土
节后吃土



不如
玺越人生为年终奖
提供稳定的
财富增值
年终奖年年有

我是王三三，某媒体新闻官，备受都市白领新青年喜爱！



如何让TA吃下利益点？

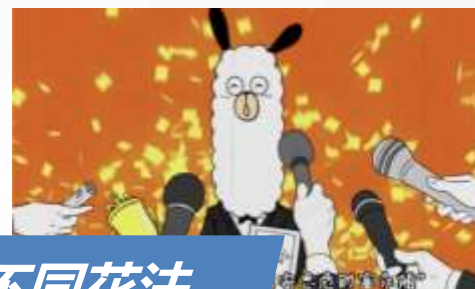
搭载王三三人气IP，打造故事化传播

以趣味性的产品教育将“广告”变“享受”



王三三，我们走！

IP加持制造架空现实的魔性戏剧效果 在“用户恐吓”和“用户笑点”中找到了内容设置的平衡点



戏剧性呈现不同花法的“驼”生境遇

挥金如土
只能吃土

居安思危
财富永随

魔性画风，正对TA口味

金融业内容营销的一股“泥石流”



自产表情包，SNS加码传播

魔性画风 + 趣味配文 = 年终表情包斗图利器



花钱一时爽，吃土火葬场



有钱人请出门右转



机智如我



小激动

这到底是个怎样的故事?



扫码感受or接着往下看



主角引出，高能开头引人观看——王三三闪亮出场，荣获千万年终奖



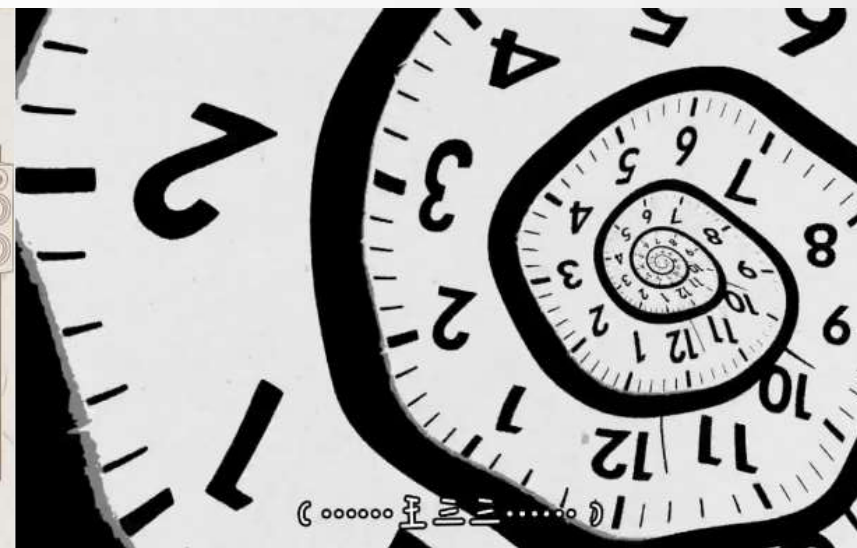
疯狂剁手过程，满足TA幻想
王三三挥金如土……最后果然吃土



幽默描述凄惨结局：
王三三剃毛卖唱赚钱
后悔哭泣.....



平安一键解救，戏剧性穿越时空
如果上天再给一次机会，我会...选平安



强烈对比的幸福，“稳定性”凸显 王三三买了玺越人生，过上幸福生活



上线伊始即引发SNS刷屏传播

曝光量
73.1万

分享次数
3.9万

外链次数
(平安产品页)
3.9万