

如何花式提醒老板发年终奖

- ◆ 品牌名称：顺德农商银行
- ◆ 所属行业：金融
- ◆ 执行时间：2019.12.31-2020.01.05
- ◆ 参选类别：创意H5营销类

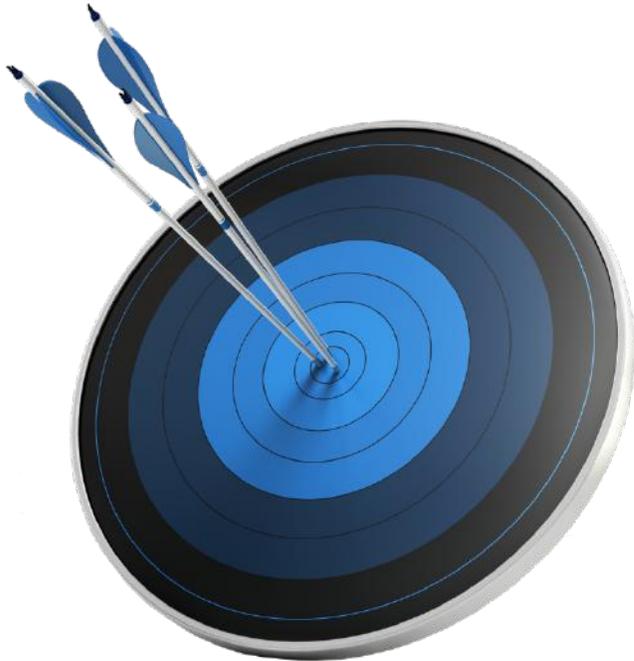
“开门红”期间，在预算有限情况下，如何通过自媒体（公众号）进行品效爆破，最大化业务曝光和转化，同时考虑充分蓄客，为开门红造事/造势/造市？一石多鸟。



活动目的：

- 1.让更多客户群体关注官微，实现公众号粉丝增长。
- 2.助力业务转化，为开门红造势。

挑战和困境



临近年底，各大品牌、行业继续发力，
我们如何在其中脱颖而出，抢占**关注**

公众号平台的条款越来越严格，
我们如何突破限制，**触达目标人群**

金融行业同质化严重，
我们如何寻找到**新的角度**与客户沟通

人群洞察



受抖音、快手等传播媒介影响，用户越来越偏向短视频等**新载体**的传播

年终来临，“嘘寒问暖不如打点巨款”，每到年底，**年终奖**是最受关注的话题

碎片化时代，**短平快**的互动更受欢迎，简单的流程和利益是促进互动的利器

核心策略



年终奖



红包“年终奖”（微信立减金）

洞察年终“痛”点，通过“年终奖”切入
并结合微信立减金，打造红包年终奖，
以简单的互动发放礼品，促进传播，助力业务转化

活动亮点

办公室场景，
拍摄趣味化视频，
以创意内容支撑，
打造层层递进的沉浸式互动。

趣味性

互动性

精准性

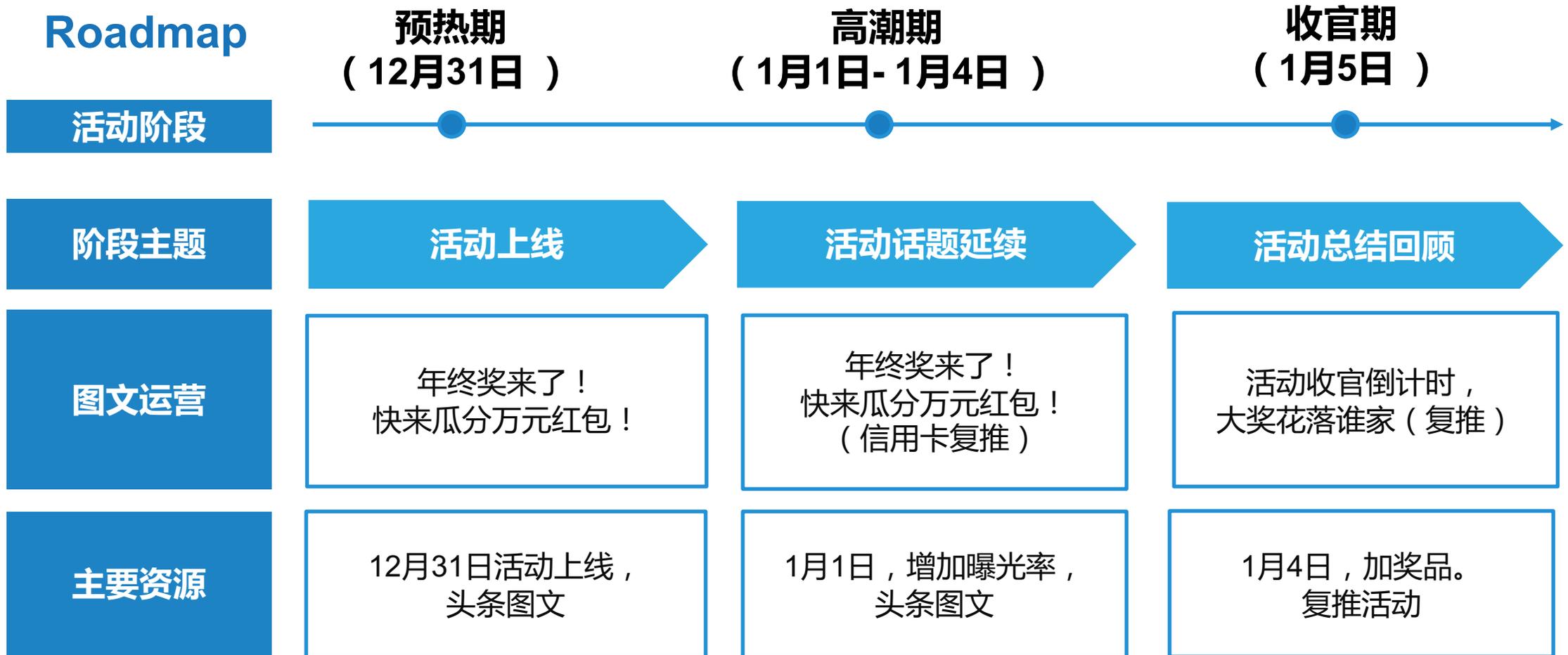
权益设置合理，
以微信立减金红包为奖品，
领年终奖（红包）契合年末
氛围，简单直接，
同时还能促进绑卡、动账。

精准洞察年终痛点

——“嘘寒问暖不如打笔巨款（年终奖）”

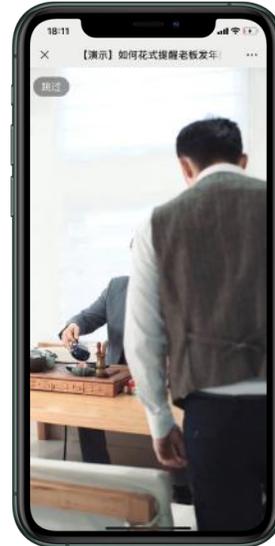
通过合理的权益吸引，以精准洞察切入生活，趣味内容触达情感，
互动流程简单明了，有利于推广传播

Roadmap





扫码
体验



活动礼品



随机红包
(微信立减金)

999元

9.9元

99元

0.39元

3.99元

0.59元

以**微信立减金**作为红包奖品，即时到账。

同时设置了任务礼和分享礼等，在促进绑卡动账同时，提前锁定精准客群，助力营销转化。

103万

活动浏览量 (PV)

11.8万

活动用户量 (UV)

7.8万

新增粉丝数

1.5万

单篇图文阅读量

触点传播情况



公众号推文

在活动的不同阶段，
通过公众号推文触达所有粉丝，
再通过分享，覆盖更广范围。

触点传播情况



朋友圈

利用用户乐于分享的心理和顺德农商背书, 借势引发了用户自传播行为。



社群

游戏的流畅体验和利益驱动, 促使活动扩散传播到各大社群, 影响力大。

如何花式提醒老板发年终奖

《如何花式提醒老板发年终奖》活动，效果反馈良好，浏览量达到103万，运行平稳未出现重大故障和负面反馈。

原目标浏览量为40万，头两天浏览量便超过了**60万浏览**，为产生引爆效果，又增加了一批奖品，**最终达到浏览量突破百万，浏览人数超11万，公众号新增粉丝7.8万，粉丝成本0.58左右/人。**由于活动内容有趣，体验流程得到普遍好评。通过信用卡官微帮推，零售银行公众号加推，不断掀起活动热潮。使得活动效果颇佳，圆满结束本次开门红活动。