

“健康生活·人保相伴” 移动营销投放

- ◆ **品牌名称:** 中国人民保险
- ◆ **所属行业:** 金融
- ◆ **执行时间:** 2020.06.10-07.12
- ◆ **参选类别:** 展示类



营销背景：

1. 2020疫情突袭，使人们对健康的重视程度激增，抗风险意识加强，健康类保险销售量大幅增长；
2. 中国人民保险集团作为与国同龄的央企级保险企业，在疫情缓解期的第二季度，紧密结合大众需求，以“健康生活·人保相伴”为传播主题，进行互联网广告投放，充分体现中国人民保险对人民健康生活的守护和陪伴，提升品牌影响力。



营销目标：

1. 强势关联人保健康险、寿险产品，精准锁定目标人群，有效推动产品曝光，提升产品力；
2. 让消费者多渠道、全方位的了解人保品牌，整体进行品牌形象提升，让消费者更加信赖，加强品牌曝光度，提升品牌力。



挑战&困境：

1. 疫情期间，传统保险线下一对一销售模式受阻，线下销售持续向线上转移，品牌竞争日趋激烈；
2. 线上宣传对消费者的吸引力具有不确定性，转化难度加大，人保亟需建立品牌在用户内心的占位；
3. 人保品牌以往更加注重用户的体验，互联网传播经验及力度不够，互联网传播对于品牌来说是新命题。

——目标人群——

80后、90后 (核心人群)

蓄势待发的消费中坚力量

70后 (辐射人群)

引领并代表着消费新趋势



80后

对于面向80后群体的品牌内容而言，为用户呈现更具有品质与内涵的品牌属性将更有吸引力。

80后处于人生的多个重要时期，需求旺盛，愿意为高品质生活买单。



90后

对于面向90后年轻群体的品牌内容而言，为用户呈现表达自我的渠道通过互联网社交平台可以很好地渗透到90后的生活。90后的口碑营销是QQ相传。



70后

对于面向70后人群的品牌而言，用高质量内容呈现品牌的服务和品质才是重点。

通过权威媒体、资讯媒体等触达，引发与70后人群的共鸣，形成用户的心智占领。

80后

目标受众媒介倾向:

办公需求, 查阅资料

关注时事新闻资讯

关注理财信息

休闲娱乐生活资讯

90后

主流关注点:

新闻时事

财经资讯

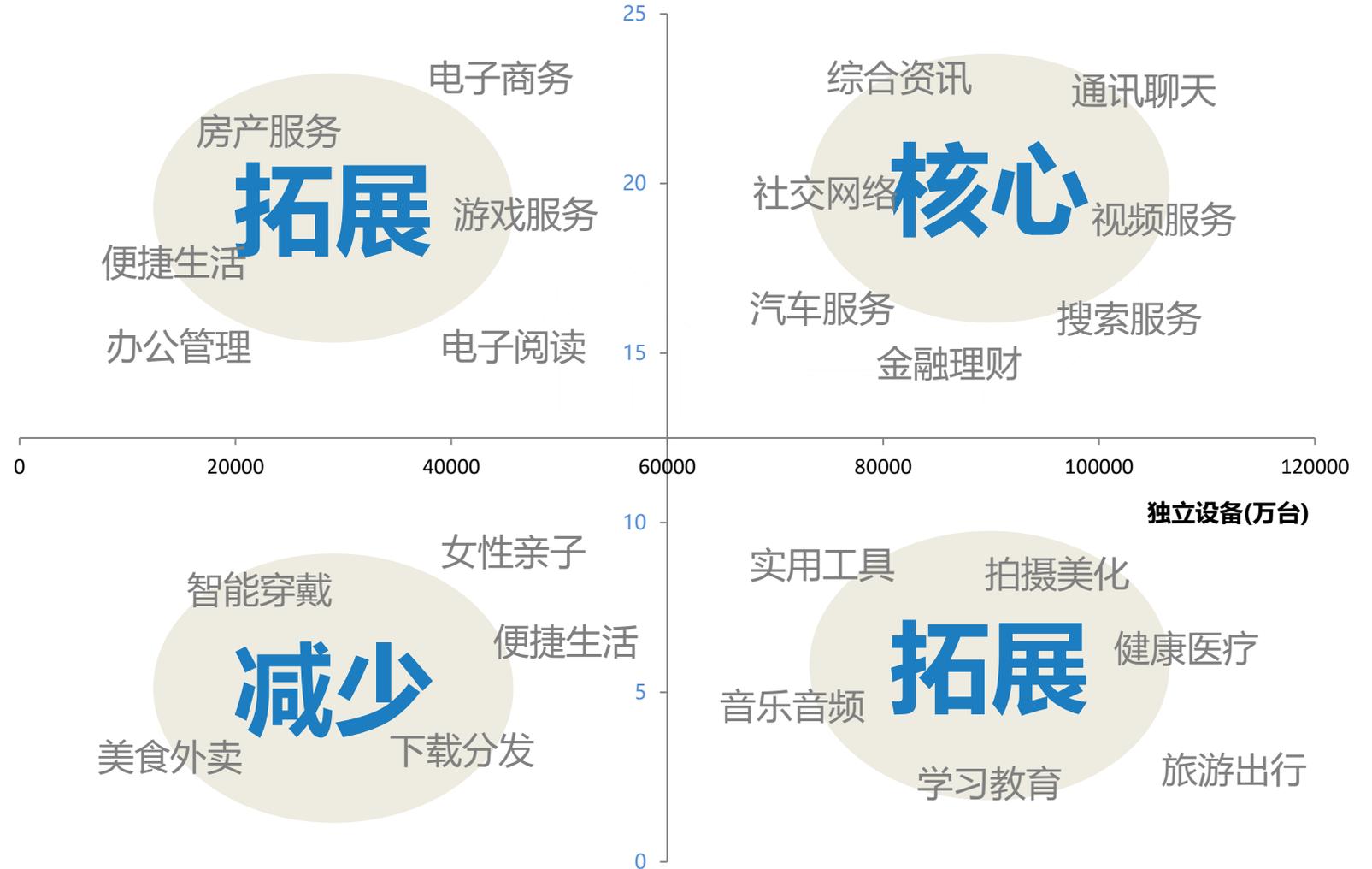
汽车服务

休闲娱乐

.....

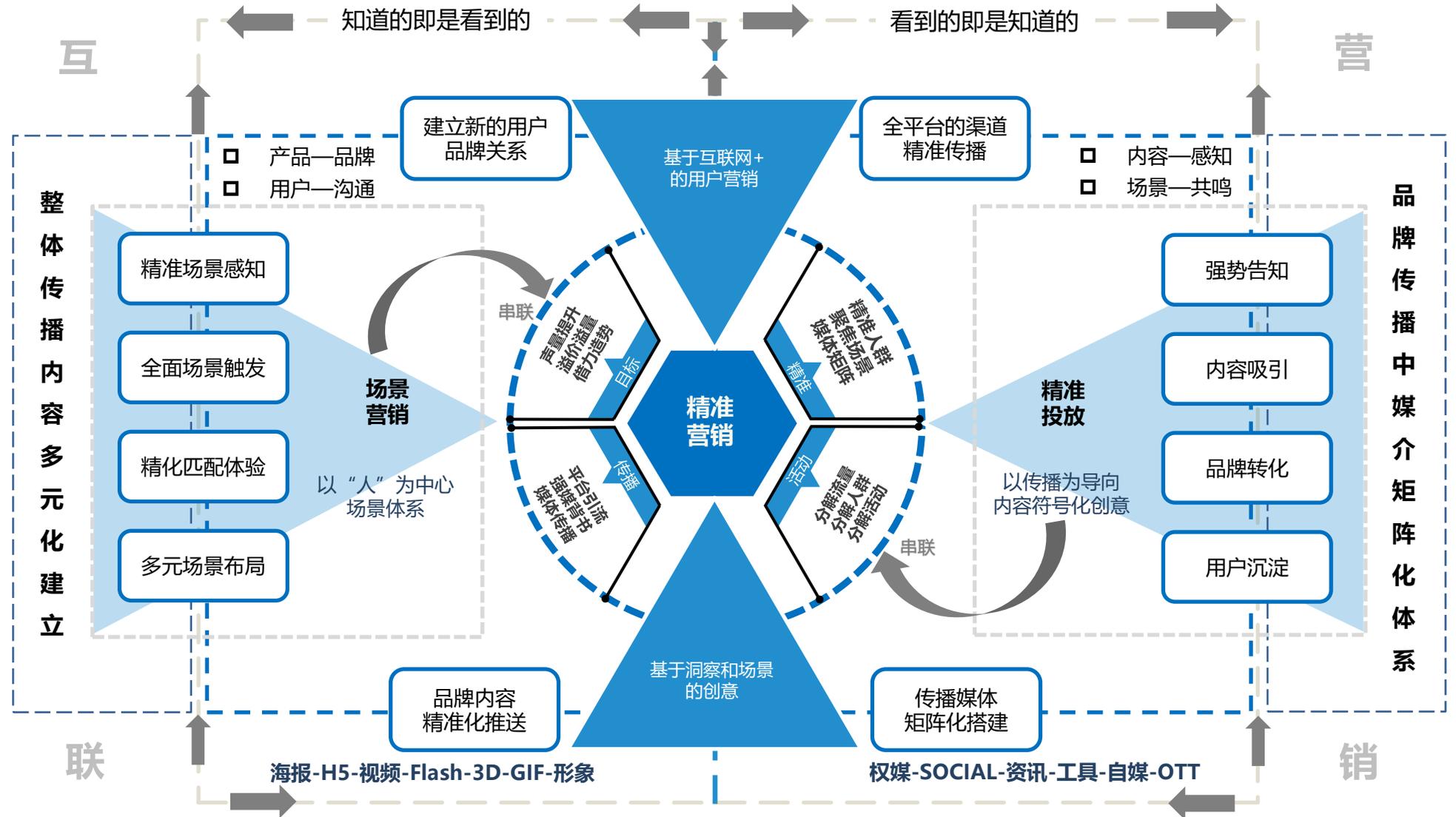
70后

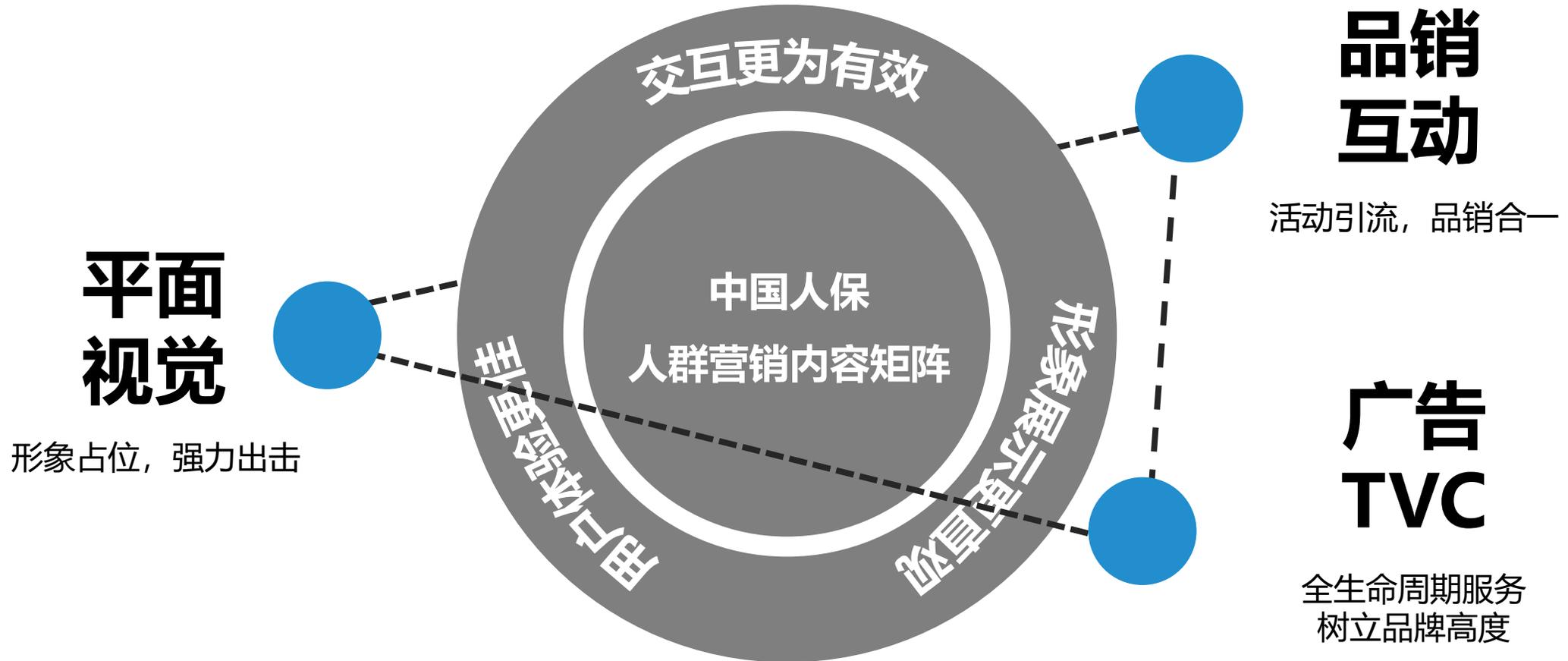
总使用次数占比%



数据来源: 算法来源自2019年11月艾瑞指数

精准移动营销策略

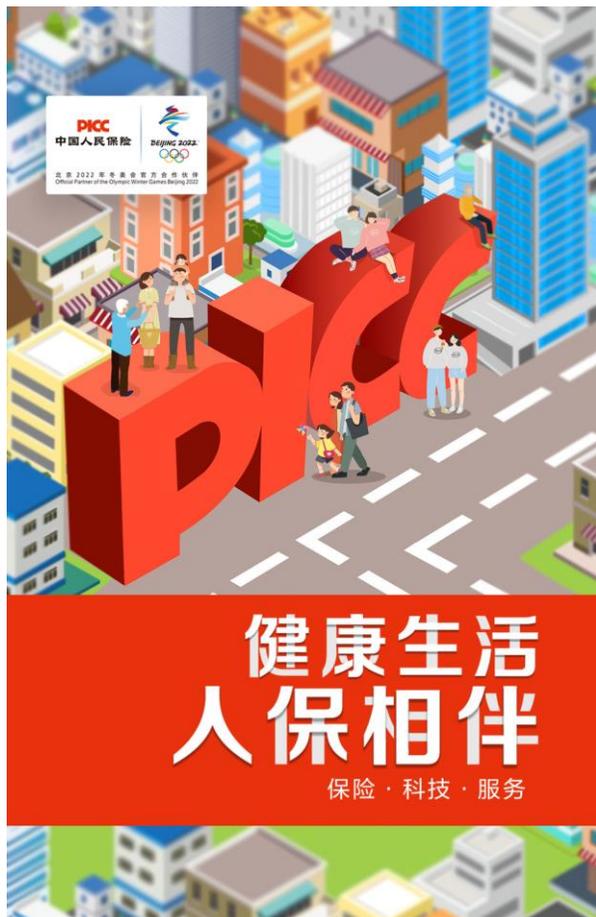




多元内容、组合矩阵，助推中国人保品牌影响力提升

Step1: 品牌形象 “高” 曝光

以“健康生活 人保相伴”为主题，基于人保“3411工程”战略，推动创新驱动发展，此次创意突破人保传统广告形象，将人保与城市发展、人群生活强关联，彰显中国人民保险的担当与责任感，进一步提高品牌热度和知名度。



形象 B 套

形象 A 套



Step1: 品牌形象 “高” 曝光

制作品牌线和产品线两支视频，构建中国人民保险品牌“用户全生命周期保险服务”形象，在聚焦多维度诠释“健康生活·人保相伴”主题的同时，打造健康无忧理念，用真诚服务打动用户。



<https://v.qq.com/x/page/c3146p6rjqy.html>

TVC: 《给时光以生命·给生命以守护》

以构建中国人保“全生命周期保护”服务为核心，以生命成长的各个阶段为场景，凸显中国人保品牌的守护与陪伴，契合“健康生活·人保相伴”主题，实现品牌心智占位。



<https://v.qq.com/x/page/q3146vmcxi4.html>

TVC: 《健康生活·人保相伴》

契合人保“智慧保险”理念，为用户提供更加便捷的保险服务，通过多个温馨、快乐、幸福的生活场景，凸显中国人保的核心主张“人民保险，服务人民”其企业使命。



Step2: 品牌产品 “强” 结合

抓住618营销节点，紧扣健康主题，以H5及海报的形式，将中国人保保险产品全面地进行展示，同时辅助以利益、福利、特权刺激，进一步引导消费者了解人保健康系列产品，并完成投保，实现“品销合一”。



“健康生活·人保相伴” 导流互动H5

强势资源位导流

Step3: 热点事件 “巧” 借势

与中国天气网进行深度合作，中国天气网在国内首个登录台风“鹦鹉”的直播活动中，对人保品牌进行植入，提高曝光，进一步提升人保与公众的“共担风雨、冷暖相伴”，切实践行防灾减灾，保险守护的社会责任形象。



Step4: 资源矩阵 “精” 传播

- 资讯类、工具类等多平台强势资源位置曝光，有效进行品牌渗透；
- 全覆盖资源引流，跳转至H5、官网、落地页，持续营造品牌用户记忆；
- 大数据精准触达，构建品牌精准用户流量池，目标用户不断沉淀优化；



中国天气网



华数TV



腾讯新闻



网易新闻



新浪



今日头条



