

平安财险-三管齐下激发车险投放全新活力

- ◆ **品牌名称**：平安财险
- ◆ **所属行业**：金融类
- ◆ **执行时间**：2021.08.01-2022.03.31
- ◆ **参选类别**：金融类

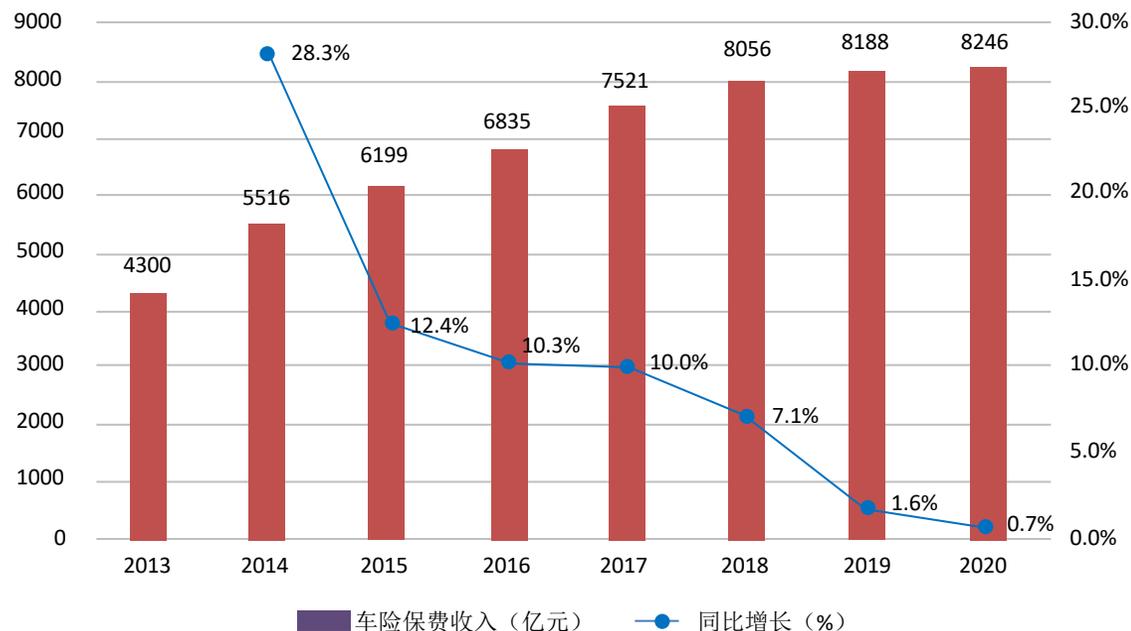
新车市场的增速放缓，但是车险市场依然是有持续消费力的庞大市场

2021 汽车保有量 **3.02亿辆**

2021 汽车销量 **2627.5万辆**

续保业务是车险业务最大的基本盘

2013-2020年中国车险保费收入级变化



目标：提升优质车险用户获客名单量，提升整体ROI

- **提升有效获客**

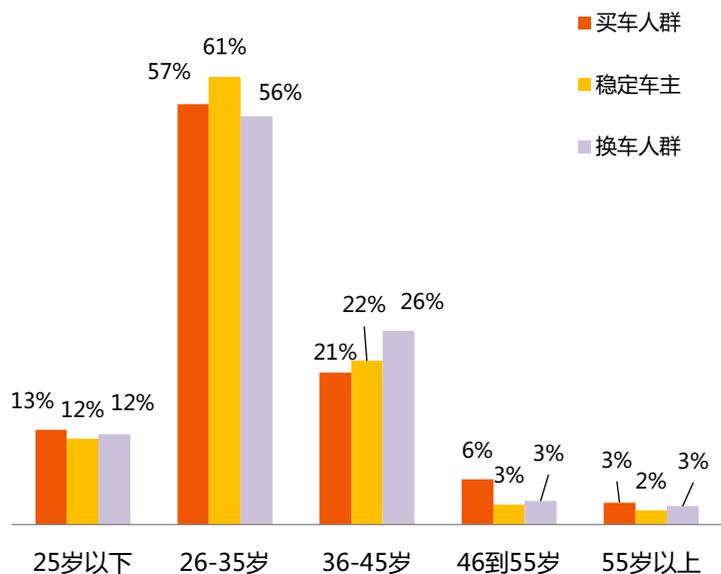
整合阿里媒体资源特点，寻求最优组合投放，提升优质车险用户获客名单量。

- **提升保费&ROI**

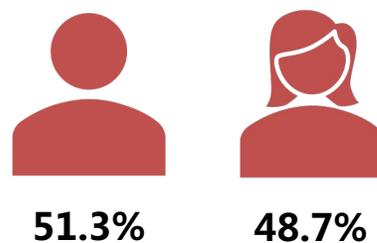
数据精细化，智能化，精细化优化提升后端保费和ROI。

年轻的男性是车险主力用户，具有明显的地域差异

车险行业人群年龄结构



车险行业人群性别分布



车险人群以男性用户比最高

新一线城市潜力巨大

超过300万辆的城市20个

成都、重庆汽车保有量超过500万辆，**苏州、上海、郑州、西安**汽车保有量超过**400W**辆

策略：车险消费全决策流程多场景引导

决策
流程



搜索
场景

- 车险保险投保
- 新车需要买什么保险
- 涉水险购买
- 二手车要买什么保险
-

- 平安车险官网
- 平安车险电话
- 车险电话
-

- 太平洋车险
- 人保车险怎么样
- 平安车险如何
- 平安车险好不好
-

- 车险一年交多少
- 车险三年
- 交强险过期续保
-

资讯
场景

续保提示
提示续保时机

产品优势
金融专家解读

投保信心
真人采访 情景故事

投保引导
投保流程动画

策略：基于决策链路的精准广告沟通

整合搜索场景与资讯场景，实现多触点的品牌接触，结合不同决策点的需求予以相匹配的广告内容，逐步引导用户完成续保。

看

查

选

续

搜索

信息流

搜索

信息流（视频）

搜索

信息流（视频）

搜索

信息流（视频）



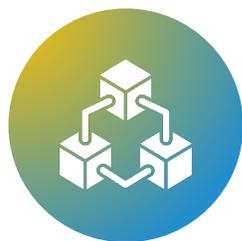
提示消费者续保

解读产品优势引导消费者留资

逐步夯实消费者续保的信心

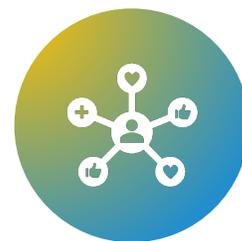
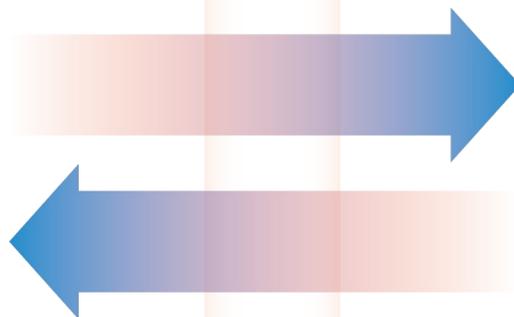
指导用户完成投保流程

全决策流程的精细化运营，抓住不同决策阶段的不同需求与特征，整合搜索与信息流场景的多重触达，实现品牌与效果的双重增长



品牌与效果双推进

通过电话样式与搜索广告的结合，达到了品效合一，受到了客户肯定，强化了品牌背书。

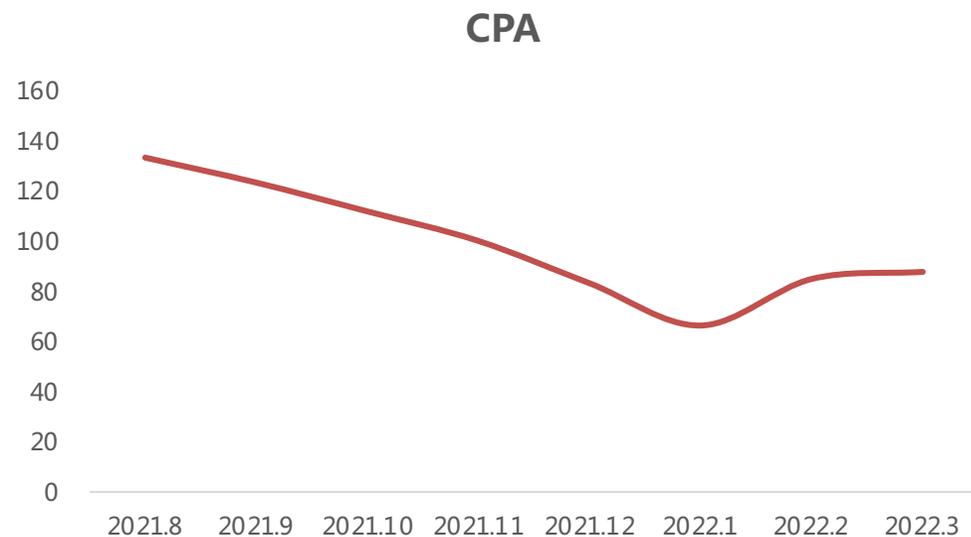


搜索结果中直接展现服务功能，减少跳转，有效提高转化率。同时在大数据的支持下效果稳定，实现了流量拓展与转化提升双增长的成绩。

在投放阶段内，CPA逐步降低了**34%**；

在投放阶段内，ROI大幅度提升了**71%**；

新策略布局后CPA情况



新策略布局后ROI情况

