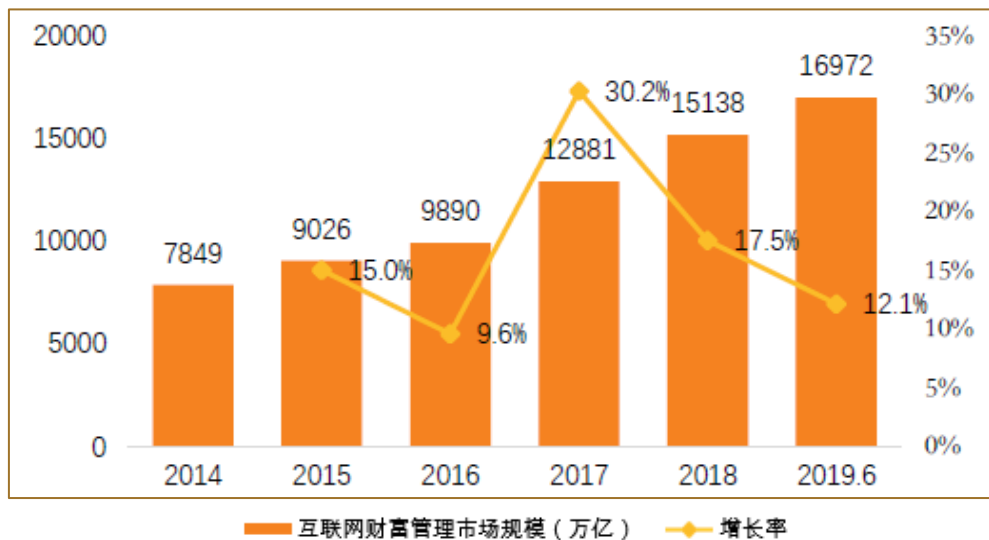


# 精准圈定未来市场，九方智投汇川新生

- ◆ **品牌名称**：九方智投
- ◆ **所属行业**：金融行业
- ◆ **执行时间**：2021.08.20-10.30
- ◆ **参选类别**：效果类-效果广告

## 国民理财大背景

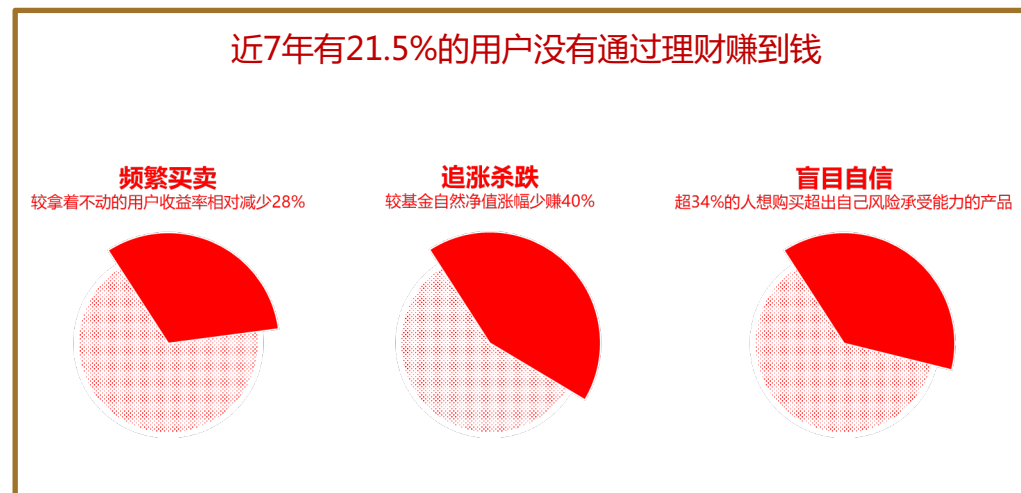
国民理财意识大幅提升，互联网理财人数快速增长



- ◆ **市场规模大，增速快**：截止2020年末，中国互联网财富管理市场规模已经增长至约8.2万亿，2014年-2020年CAGR为+27.6%

资料来源：头豹研究院，天风证券研究所

普通百姓的投资理财知识储备相对薄弱

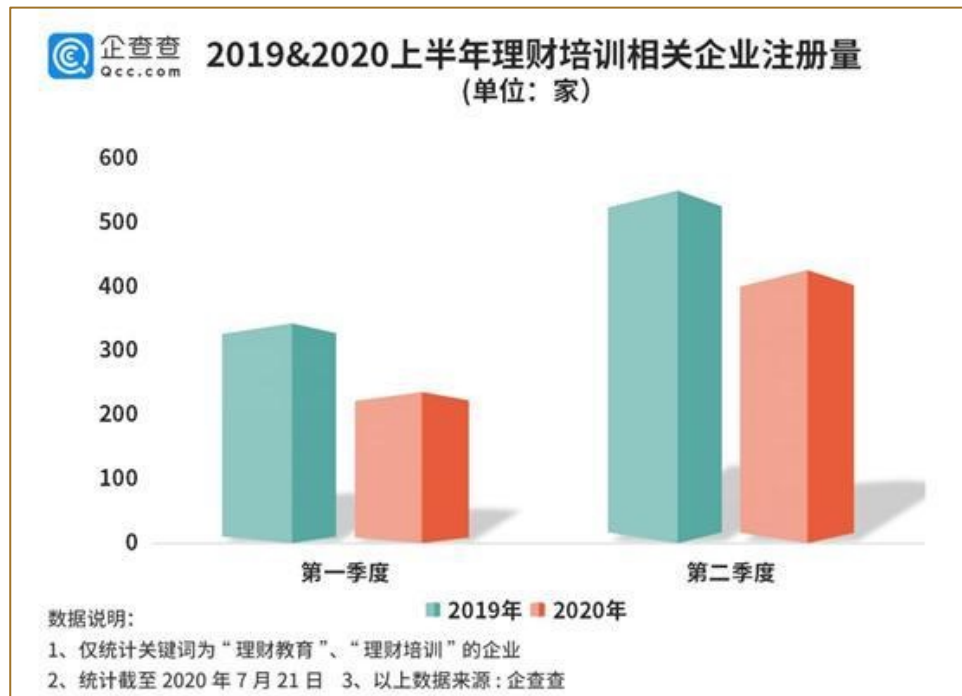


- ◆ 百姓迫切需要获得科学、稳健的投资理财知识培训

资料来源：上海高金金融研究院x支付宝《2020国人理财趋势报告》

## 理财培训发展背景

近些年来，继智商、情商教育后，投资教育、理财培训正成为市场上大家关注的又一重要培养领域，顺此趋势，九方智投也希望借助媒体投放平台获得更多精准用户。



- 九方智投希望借助阿里超级汇川获得来源稳定可靠的用户转化，同时希望通过一定的产品曝光提升品牌知名度，获得更广泛的市场认知

## 核心营销目标

通过目标定位、素材选择、差异化营销，最终实现获客成本、获客量与点击率上的营销目标的实现

**NO.1**

保持稳定有竞争力的  
获客成本

**NO.2**

逐步提升获客量

**NO.3**

提升广告素材交互点  
击率

## 核心策略

通过超级汇川营销五步规划，锁定目标、差异化营销  
最终达成**获客成本、获客量与点击率**上的营销目标的实现

洞察TA

**营销洞察**

用户属性挖掘、市场动向  
洞察...

把握TA

**趋势把握**

低线城市扩张、短线投资  
趋势...

确认TA

**目标确认**

低线城市小镇青年、视频  
喜好...

针对TA

**策略调整**

投放、素材、偏好、区域  
调整...

转化TA

**营销转化**

视频，口播、多场景转化  
来直接接触目标并转化...

## 核心策略

## 洞察、趋势把握→确认目标

通过营销洞察发现：

理财课程用户属性正向着低线市场快速扩张，不再是局限在传统的经济发达城市；

用户的短期投资意图也是低线城市强于高线（三四线高于一线）；

目标人群小镇青年；

下沉城市人群可投资资产规模庞大。

截止2019年6月，我国购买互联网理财产品的网民数量已达到**1.69亿**

**1.69** 亿 

有闲有钱的小镇青年理财人数年增长**14%**，高于城市青年

 **14%**

**21-35岁**的青年人群是购买基金的中坚力量，共占总人数的**70%**

 **70%**  
21-35岁

预计2022年，我国下沉人群可投资金融资产规模将达**101.7万亿**

**101.7** 万亿 

## 核心策略

### 调整策略→针对性投放

如何更好地迎合低线市场理财课程用户的实际需求，成为了投放策略制定的重要考量。其中策略定向和创意方向是重要的策略环节

- 调整一：阵地转移
- 调整二：人群定向
- 调整三：素材创意

#### 阵地转移

九方智投将低线市场的目标人群转化作为第一阶段的攻坚阵地

#### 人群转移

由一二线城市的经营白领群体向三四线城市的小镇青年倾斜

#### 素材创意

除了华丽包装的视频，用口播、场景来直接触达需求，正成为打开低线用户市场的突破口

在素材脚本和拍摄角度的设计上，九方智投也借鉴了优秀的起量素材思路，在提前把控素材合规性的前提下，积极拓展九方智投课程利益点，同时配合证券投资基础知识进行简洁展示。除此之外，预设用户角度投资思考问题，结尾预埋营销钩子，旨在快速引起用户关注和清晰阐述课程利益，以赢得用户的高效转化。

分阶段进行地域账户、计划、定向、创意、优化等准备，实现快速投放与放量

## 准备阶段

按地域拆分账户，分别设定投放计划和定向

## 创意阶段

加大对口碑内容的再加工，将九方智投的利益点进行切割和再整合，形成多套素材积累，同时了解法规，保障素材合规性

## 上线阶段

多账户多素材同时启用，进行一定规模的测试投放和数据横向对比

## 优化阶段

通过数据反馈和进一步用户洞察，积累出表现较好的广告创意，并进行放量投放，从而在短期内快速放量，使得客户认可超级汇川的投放实力



## 合作阶段创意展示

1. 证券投资基础知识展示，抓取用户对于证券投资行业的前期注意力



2. 口播，深入解读证券投资方法，获取用户耐心聆听



4. 埋转化钩子，并持续使用口播阐述报名的便捷性和实惠型，吸引用户直接转化

经过一个月的测试期和后续长期投放，目前在超级汇川的投放上已形成一定规模，并实现了4个阶段的数据飞跃

## 阶段一

### 初期转化积累

转化冷启动仅用3天，  
获得初期转化积累

## 阶段二

### 转化跨越提升

仅利用3天进行素材测试，  
就将转化提升一个量级

## 阶段三

### 数十倍转化

在接下来的4天，推动  
账户学习，完成数十倍  
的转化达成

## 阶段四

### 完成体量转化

在接下来的成本撞线放量  
测试中，完成体量级  
的转化，并推动爆款素材  
产生的快速持续放量