

平安普惠陆慧融×抖音 “让小微 更融易” 品牌营销战役

- ◆ **品牌名称**：平安普惠陆慧融
- ◆ **所属行业**：金融行业
- ◆ **执行时间**：2021.12.21-12.31
- ◆ **参选类别**：金融类



- JPG格式，用于TMA官网案例展示
- 像素：620（长）×440（高）
- 分辨率：300

品牌背景

平安普惠作为致力于为小微提供专业融资服务的金融品牌，目前已为超过1,780万小微企业和个人提供专业借款服务。

平安普惠希望通过不断为传统金融和数字经济中的这部分“夹缝人群”提供更好的金融服务，成就他们的梦想。

品牌事件

2021年末，平安普惠进行了品牌焕新升级，由“平安普惠”焕新为“平安普惠陆慧融”，旨在为小微提供更专注专业的“小微企业主融资服务”。

平安普惠

平安普惠 陆慧融
小微企业主融资服务

打破金融品牌营销三大难 突围达成营销三大目标

营销难点

金融品类营销三大难

行业监管严

同业竞争激烈

用户无需求不关注

营销目标

在品牌焕新之际

让大众记住品牌新名称

强化品牌专业为“小微企业主融资服务”的专业形象

打造品牌积极口碑

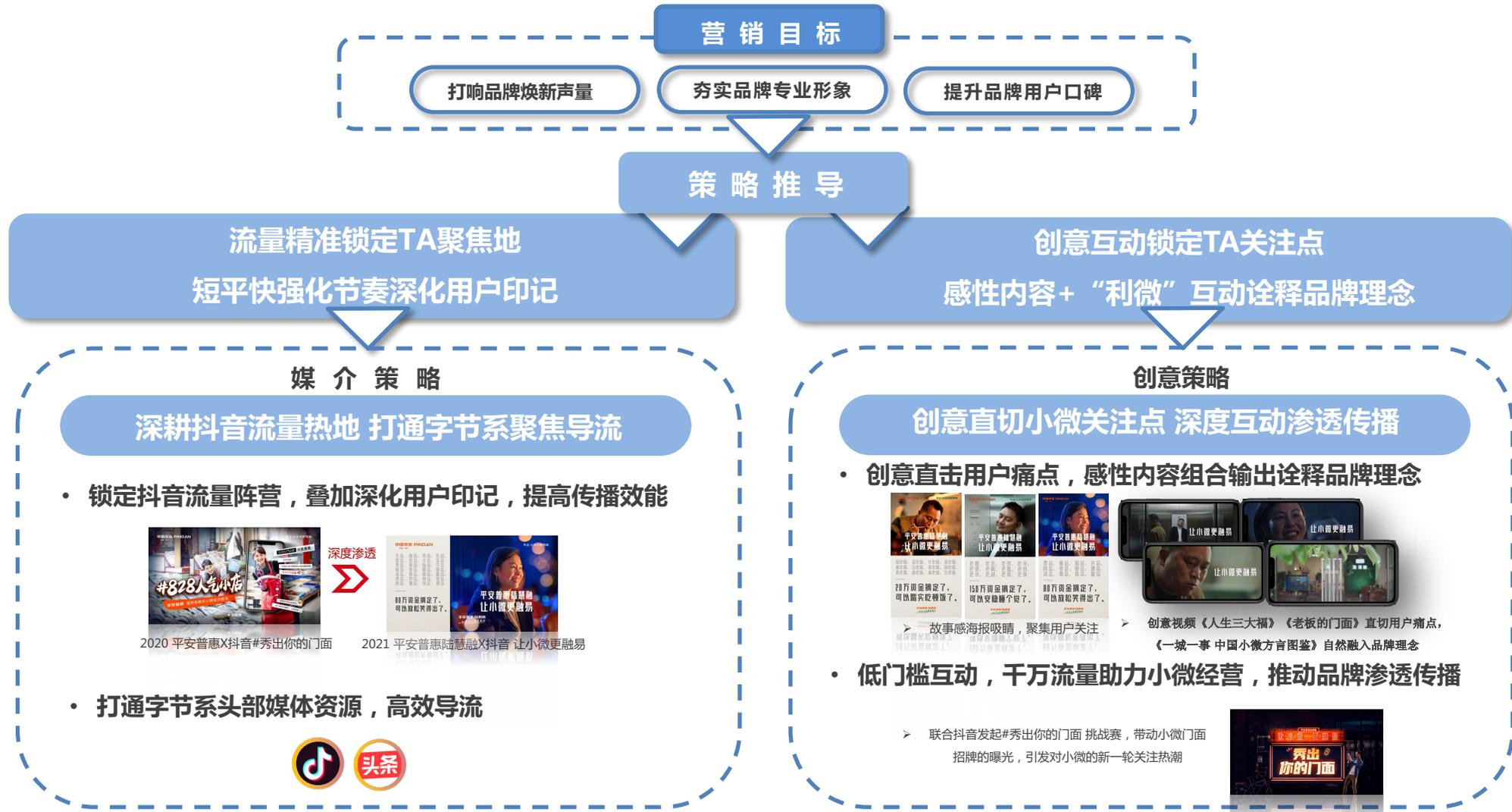
是本次品牌营销亟需达成的营销需求

打响品牌焕新声量

夯实品牌专业形象

提升品牌用户口碑

聚焦大流量+用户深度互动 带动品牌目标有效达成



创意深度融合社交媒介资源 内容掀起互动带动品牌渗透传播

主题融合品牌专业 直观呈现品牌定位

基于品牌焕新“平安普惠陆慧融”和专业“小微企业主融资服务”主张结合用户洞察推出本次创意主题

“平安普惠陆慧融 让小微更融易”

- 简单直白易理解，降低用户理解门槛
- 自然融入品牌专业属性，提出品牌主旨

平安普惠



平安普惠 陆慧融
小微企业主融资服务

深度洞察掀起共鸣 渗透传递品牌理念

• 情绪引入

《人生三大福》系列视频&海报释出 深度洞察小微“吃不下”“睡不着”“笑不出”三大具象痛点，适配抖音短平快内容调性，引发大众共情

• 情绪深化

《老板的门面》小微群像TVC 小微老板亲身证言，讲述门面里的不易，递进引发大众的理解和关注，聚焦小微“门面”

《一城一事 中国小微方言图鉴》系列故事上线 轻快短剧内容，巧用各城方言梗，驱动抖音用户的关注，深化大众对小微群体的认同和关注

• 互动引爆

#秀出你的门面 全民任务全线开启 倾注千万流量打造小老板营销狂欢盛典，为小微带来切实有效的营销助力，引爆大众参与



高效玩转平台资源 推动品牌声量传播

• 巧用平台新资源带动传播

打造宠粉活动，吸引新用户关注热潮，为品牌内容和活动引流

• 打通字节系平台聚焦导流

跨平台联动宣发，为内容导流，引爆品牌活动声量



抖音轻任务发起 “平安普惠陆慧融宠粉啦”



打通字节系平台导流抖音 扩大品牌曝光覆盖

围绕品牌主张多维度诠释 聚合推动品牌焕新大曝光

平安普惠 陆慧融
小微企业主融资服务



深耕抖音原生平台
打通字节、达人矩阵引流抖音



话题内容释出
借力轻任务扩大品牌声量



大众印象沉淀
品牌正面口碑提升

传播链路一览

品牌焕新

深耕抖音平台
聚合引流传播

创意宣推

层层递进式情绪感染
聚焦大众关注引出互动

话题互动

话题带动用户参与共创
深度传递品牌理念

效果沉淀

《人生三大福》

《老板的门面》

《一城一事 中国小微方言图鉴》

#秀出你的门面 抖音挑战赛
#平安普惠陆慧融宠粉啦 轻任务

大众关注度提升
用户推荐度提升27.33%
用户喜爱度提升22.66%

*数据来源：巨量引擎官方调研数据

有效达成大三目标 活动效果远超同量级

✓ 打响品牌焕新声量

✓ 夯实品牌专业形象

✓ 提升品牌用户口碑

活动引发大众积极围观
互动燃起全民共创热潮

品牌正面口碑提升
用户对品牌好感度增加

活动话题#秀出你的门面#
超同量级抖音挑战赛效果**183%**

18.3亿

活动话题曝光量

56.5万

用户共创视频量

2,929万

点赞总数



活动成效显著

效果均超同量级营销表现

+22.66%

用户喜爱度

+27.33%

用户推荐度