

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**：短视频营销类

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

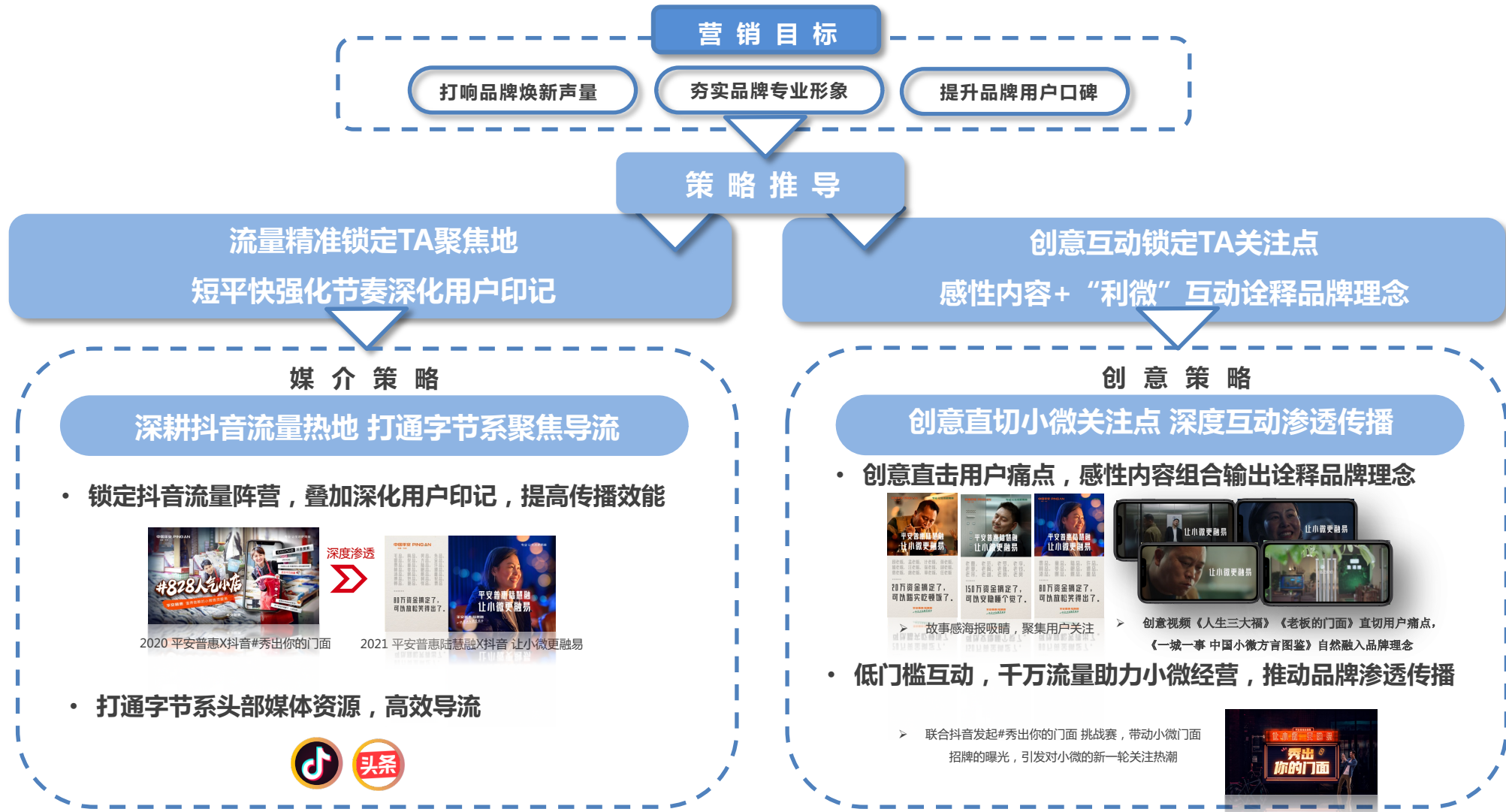
是本次品牌营销亟需达成的营销需求

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

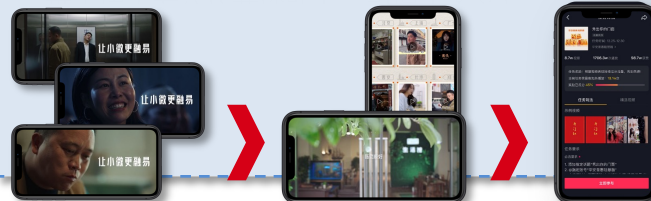
• 情绪深化

《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



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

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



*活动数据来源：巨量引擎官方统计数据

*用户喜爱度、推荐度数据来源：巨量星图官方调研数分析