**微保短视频社会化营销**

**广 告 主**：微民保险代理有限公司

**所属行业**：金融行业

**执行时间**：2022.01.01-08.31

**参选类别**：移动营销类

**营销背景**

**品牌传播及营销背景：**

线上流量运营进入深水区，品牌不断修正自身的线上营销策略。

作为腾讯旗下的官方保险平台，微保在短视频平台虽有所布局，但存在内容上形式单一、制作精良度度低、缺乏品牌标示性内容等诸多问题，微保亟需一次全面的“品牌矩阵升级”，以适应平台及用户兴趣的变化。

**行业发展背景：**

保险业属于金融行业，受限于行业属性，行业监管体系严格，给品牌在内容营销上造成了一定的局限性，同时80、90后逐渐成为保险的主力消费群体，在这样的背景下，如何做好内容营销来获取属于自己品牌目标群体的用户，成为保险品牌必不可少的必修课。

**面临的营销困境及挑战：**

短视频平台，已从“增量时代”进入“存量时代”，面对流量竞争的白热化，微保如何推陈出新，继续吸引年轻用户的关注，赢得品牌心智的竞争，成为本次营销中的最大难题。

**营销目标**

1. 品牌层面：通过短视频平台，传递品牌形象及理念，吸引用户关注
2. 用户层面：持续扩大品牌自有流量池——激活老用户，持续吸引新用户

**策略与创意**

**策略：**

**我们洞察到，品牌营销内容之所以难以打动消费者，核心原因有三：**

1. 对广告习以为常的消费者常以戒备的心态拒绝品牌视频内容的示好，似乎只有“薅羊毛”的方式才能挑动TA们的短暂注意力。
2. 精心策划的创意内容，以为符合大众喜好却有的收效甚微洗不掉“自嗨”的痕迹。
3. 以产品为主的内容输出囿于品牌调性并无法真正与消费者产生有效共鸣。

**那么我们如何满足目标用户各类内容需求？**

从用户需求出发，结合品牌及平台特征，进行全方位的账号升级

1. 视觉升级：针对微保的品牌调性，对短视频账号banner、封面、视频版式进行全面升级，打造属于微保的品牌“视觉锤”。
2. IP升级：基于已有的IP人物形象，针对性地融入鲜明的IP的“语言钉”，进一步塑造品牌专业形象。
3. 内容升级：打造多元化的账号内容栏目矩阵，从单一的口播类型短视频，向多元化、且具有场景代入感的内容进行延伸，满足用户各类内容需求。
4. 运营升级：基于平台算法机制，注重数据分析、精细化推送目标用户、洞察热门话题、强调用户的运营提升内容的分享裂变，形成持续输出优质内容“发动机”。

**创意亮点：**

1. 视觉升级：根据微保vi品牌色“微保橙”以及品牌元素的结合，对账号账号banner、封面、视频版式进行全面升级，增强品牌调性与识别度。
2. IP升级：基于已有的IP人物形象，对IP的固有形象进行固定，专业服装着装、一致的开场白、演绎的语调等进行一系列的建议，塑造其品牌专业形象。

**内容升级：**

1. 有趣有用的保险科普：单人IP的口播的形式，以用户关注的最新社会、行业热门话题为引入点，运用通俗易懂的方式拆解保险专业内容，对用户进行保险相关知识的科普。
2. 悬疑猎奇的保险案件：悬疑猎奇风格的剧情演绎形式，对于社会发生的保险诈骗案件进行剧情改编，打造剧情重现同时在剧情中融入品牌IP人物，以审案剖析的角度对整个案件进行剖析，满足用户猎奇心的同时也对用户进行了保险相关科普。
3. 温馨美好的用户故事：温馨美好的剧情演绎形式，以微保用户的角度进行切入，呈现人世间的酸甜苦辣的人情世故，在内容中软植入品牌服务、产品等信心，让用户领略百味人生的同时，感受到品牌温度。

**执行过程/媒体表现**

**视觉包装展示：**



内容链接1：[**https://www.bilibili.com/video/BV1oe4y1c7dv/?spm\_id\_from=333.999.0.0**](https://www.bilibili.com/video/BV1oe4y1c7dv/?spm_id_from=333.999.0.0)

内容链接2：[**https://www.bilibili.com/video/BV1ex4y1L7Jw/?spm\_id\_from=333.999.0.0**](https://www.bilibili.com/video/BV1ex4y1L7Jw/?spm_id_from=333.999.0.0)

**内容创意展示：**

1. **有趣有用的保险科普**

创意选题：《2022年社保调整，和每个人都有关！》、《社保的隐藏福利》、《不同城市的社保怎么合并没问题？》

内容链接：

<https://www.bilibili.com/video/BV1e54y1N7UE/?spm_id_from=333.999.0.0>

<https://www.bilibili.com/video/BV1ex4y1L7Jw/?spm_id_from=333.999.0.0>

<https://www.bilibili.com/video/BV1TT411Q7u4/?spm_id_from=333.999.0.0>

1. **悬疑猎奇的保险案件**

创意选题：《蛇蝎美人》《高华替身案》

内容链接：

<https://www.bilibili.com/video/BV1Ge4y1w7Tx/?spm_id_from=333.999.0.0>

<https://www.bilibili.com/video/BV1mM411Y7k9/?spm_id_from=333.999.0.0>

1. **温馨美好的用户故事**

创意选题：《万家灯火总有一盏灯在等你回家》、《离家出走的母亲，关爱老人》

内容链接：

<https://www.bilibili.com/video/BV1hT411Q7BU/?spm_id_from=333.999.0.0>

<https://www.bilibili.com/video/BV1oe4y1c7dv/?spm_id_from=333.999.0.0>

**营销效果与市场反馈**

**营销效果及数据：**

1. 总曝光量600万+；
2. 总互动量15万+。

**反馈与点评**

广告主：无论是品牌视觉升级，还是账号内容升级，或是运营效果，我们公司内部都是一致的好评。

业界专家：金融行业由于行业特殊性，在短视频平台的传播一直是个难题。而微保从用户兴趣出发，巧妙洞察用户需求，制作了一系列丰富趣味的视频，成功地吸引了年轻用户的关注。

媒体：在众多金融自媒体中，微保是其中翘楚。内容既体现专业性，又不是其趣味性，这样的内容毫无疑问是平台用户最喜欢的。

受众：观看微保的视频，既能学到一些保险的知识，也不觉得枯燥无趣。