



# 金融行业品牌营销策略及案例分析

与中国企业同舟共度—百度共度计划

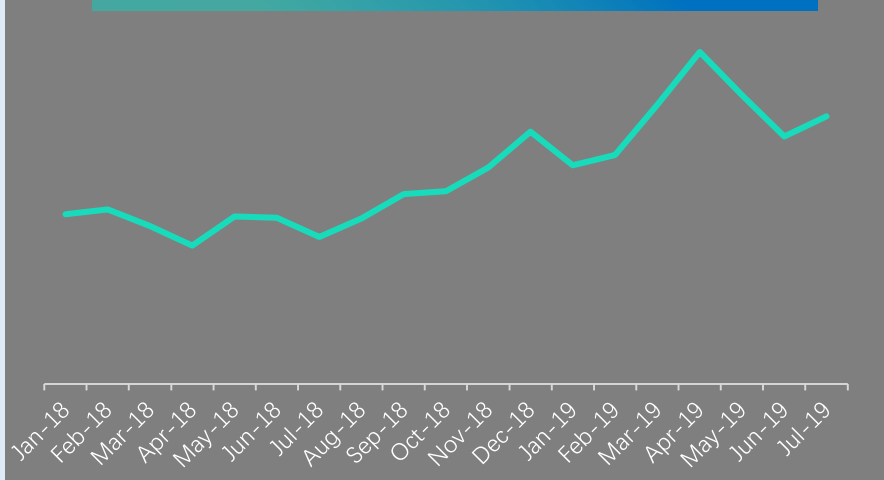
主播人：百度大客户销售部 整合营销策略部 黄婕

直播时间：2020年2月26日 20：00-21：00

## 行业品牌广告投放现状

金融行业品牌需求与日俱增，百度逐渐成为行业客户品牌投放的主要阵地。

金融行业全媒体品牌广告投放概况



3.5 X

vs



X

百度品牌广告投放增速

全媒体品牌广告投放增速

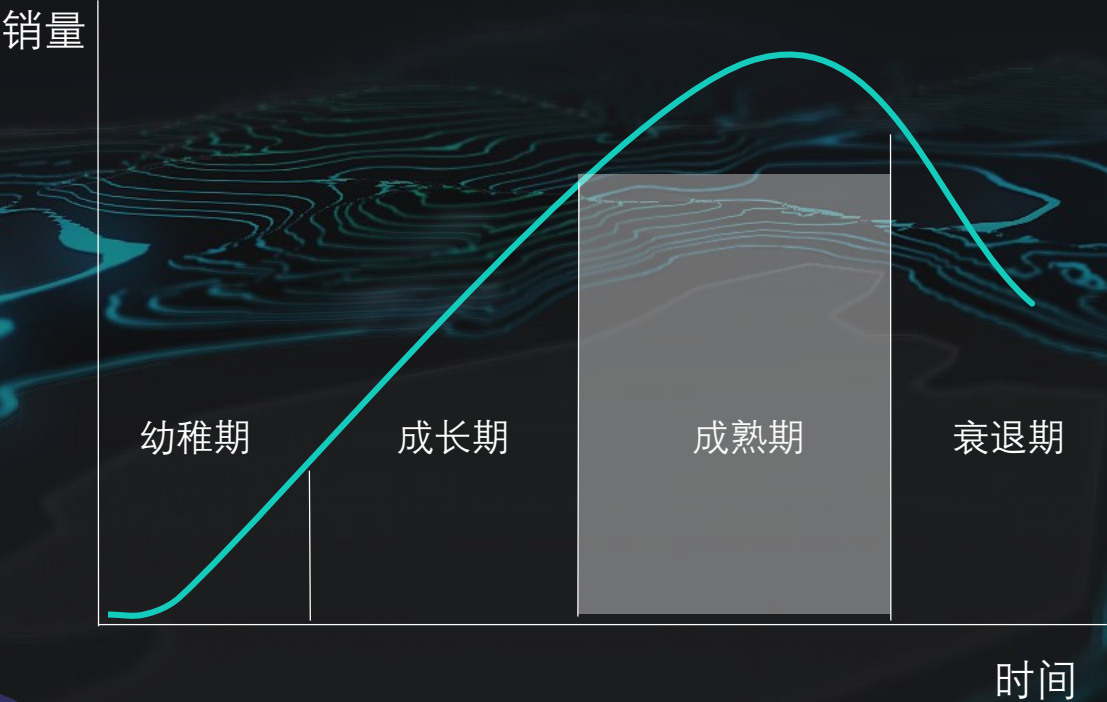
数据来源：1，CTR；2，百度CRM



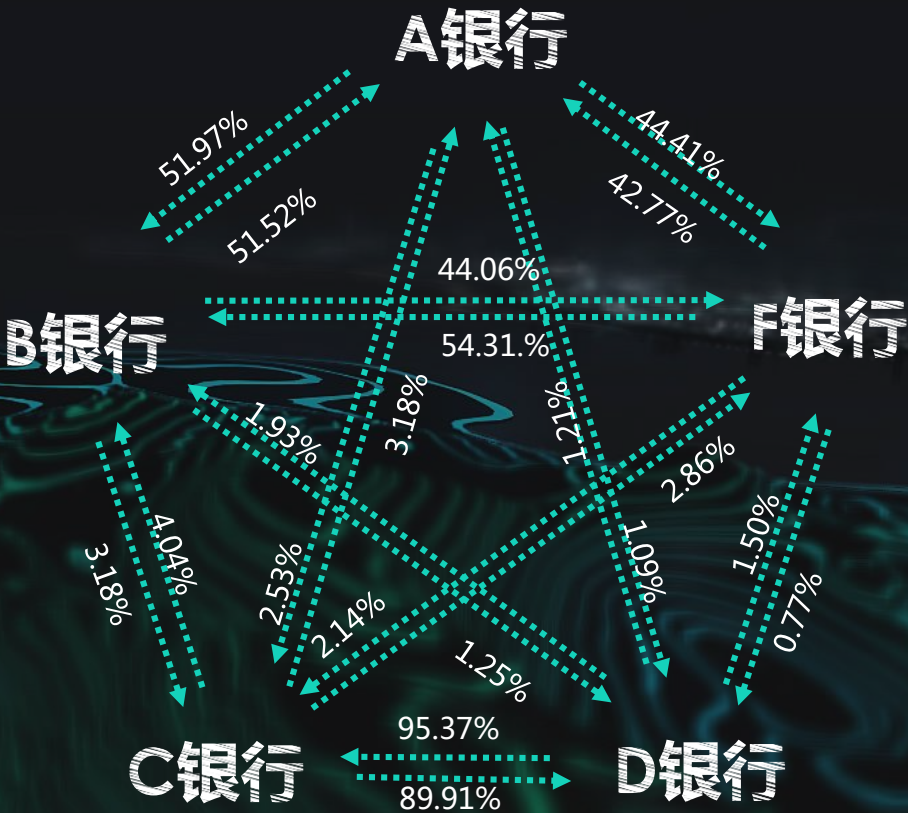
# 行业痛点分析-产品的同质化加剧



行业发展进入成熟期。买方市场形成，产品同质化加强，行业进入壁垒高。



数据来源：百度观星盘

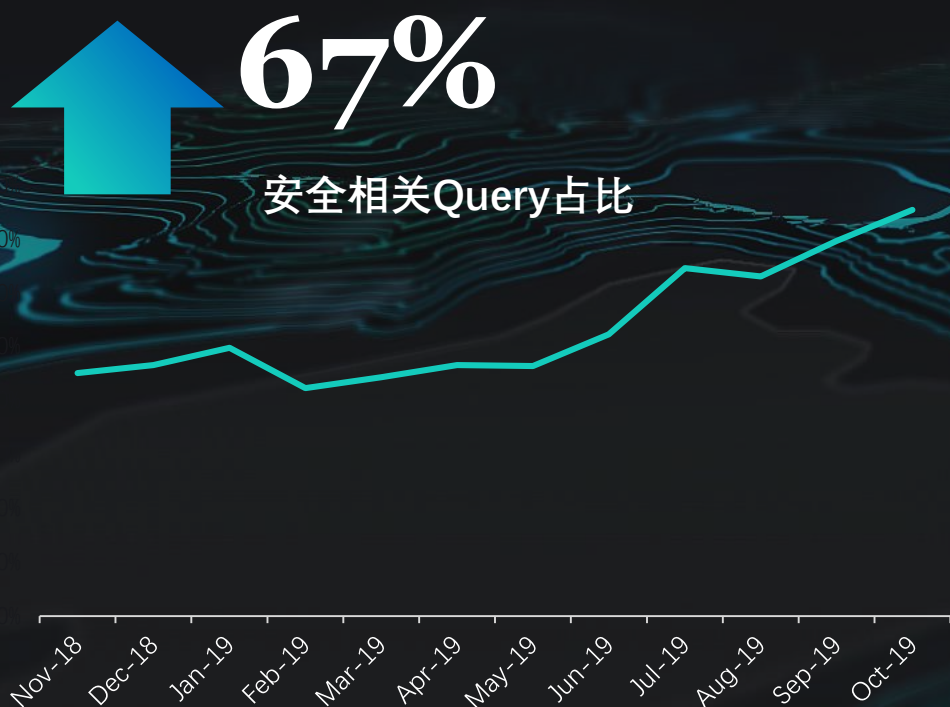


以银行信用卡行业为例：  
信用卡检索用户品牌扭转高，选择灵活



## 行业痛点分析-行业舆论问题突出

以互金行业为例-行业“暴雷”频发，用户对于行业及平台的不信任感逐渐加剧。



数据来源：百度观星盘

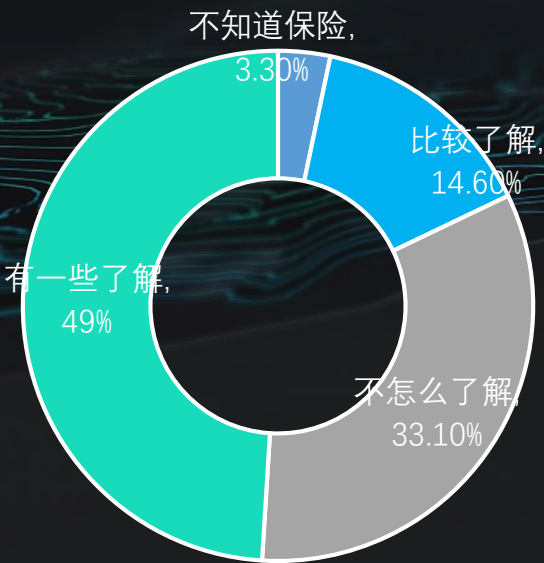




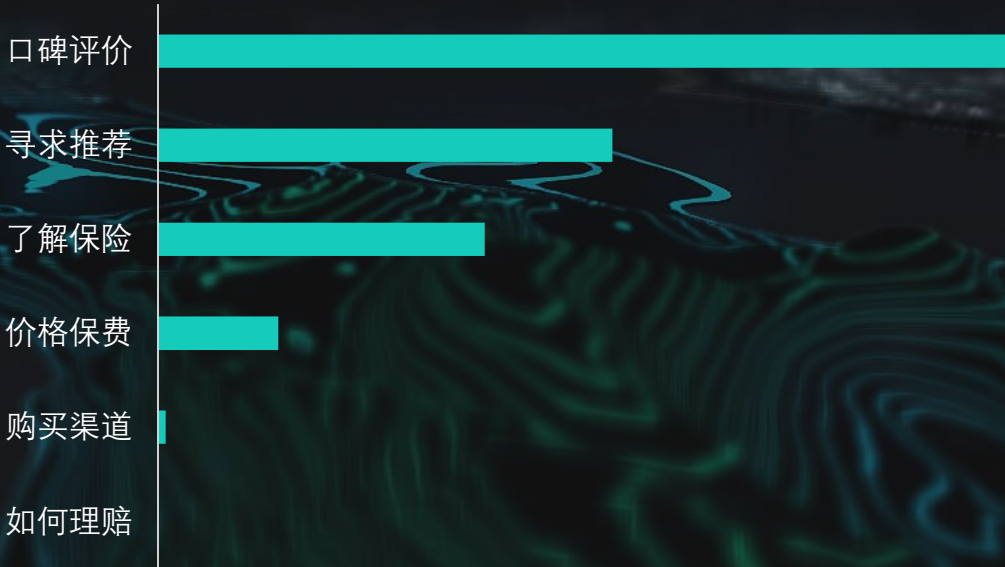
# 行业痛点分析-行业专业性强，用户认识壁垒高

以保险行业为例，用户对于保险的了解程度较低，急需相关知识的普及。

对保险的了解程度



保险人群关注点



数据来源：1，2018保险用户大调研问卷；2，百度观星盘

INSURANCE

# 百度新生态 赋能金融行业品牌营销新价值

## 行业痛点

1

同质化显著

2

舆论问题突出

3

行业知识壁垒高

## 行业痛点对策

### 差异化策略

锁定稳定重度客户

- 新业务
- 新产品
- 新形象

明确受众，深度攻击

- 观星盘-精准圈人
- 多样式-有效互动
- 强资源-反复触达

### 广而告之

借助媒体力量重拾品牌信任

■ 品牌背书

强势曝光，全面突围

- 高流量-全面覆盖
- 优品牌-有效背书
- 强技术-新颖玩法

### 市场教育

有针对性的知识输出

■ 内容营销

精准渠道，软性植入

- 精渠道-有效锁定
- 优内容-深度打动
- 软植入-占领心智



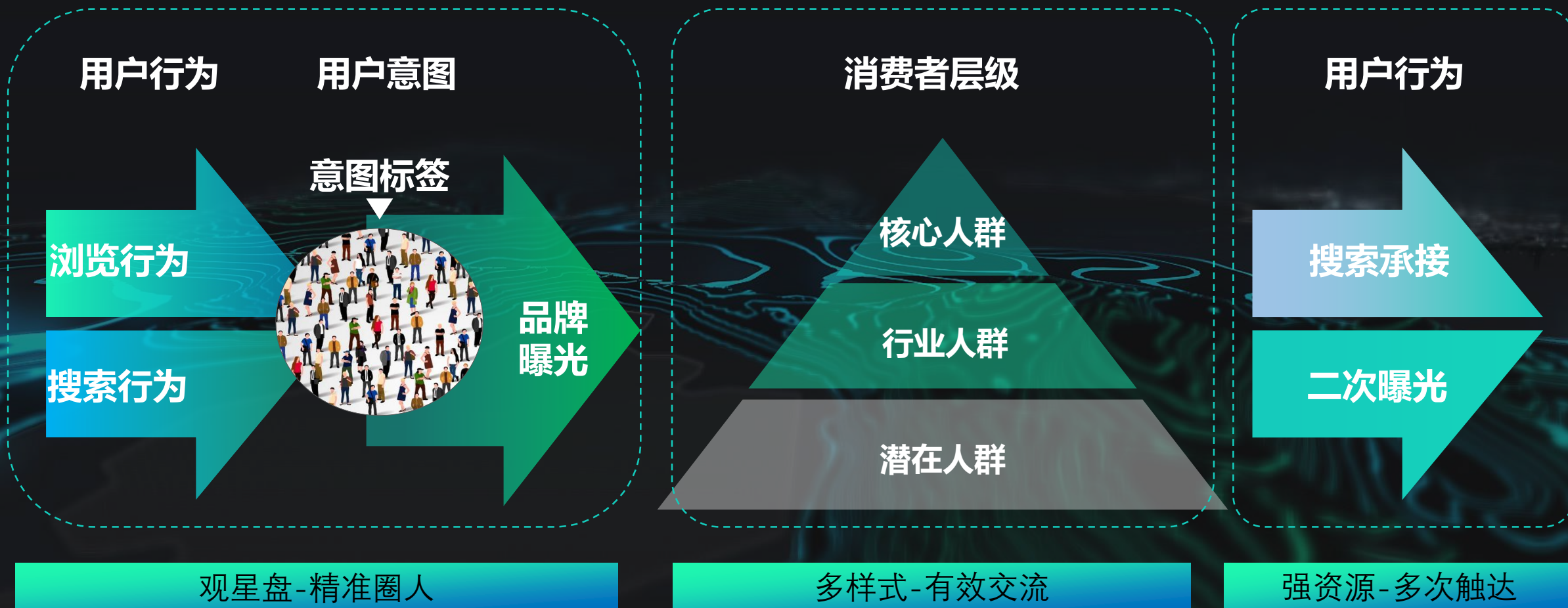
# 一，产品同质问题下

如何帮助广告主更好的通过新产品/新业务/新形象推广脱颖而出

- 新产品-找准受众，强势进攻
- 新业务-需求捕捉，抢占先机
- 新形象-新颖互动，借势营销

## 1-1 新产品推广营销策略

精准曝光+深度触达





# 新产品推广案例-某银行新信用卡推广案例

## 明确新产品卖点

## 找准受众，精准曝光

## 多样式多创意，深度触达

### 地域+人群

#### A卡

主打境外消费返现权益

- 定向北上广深一线城市
- 观星盘-海淘人群、境外旅游人群、奢侈品人群、免税店人群、高端消费人群

#### B卡

主打周末消费优惠权益

### 时间+人群

- 在周五/周六投放
- 观星盘-健身房人群、咖啡店人群、影院人群



## 1-2 新业务推广营销策略

### 广而告知

先提高品牌新业务的被知晓范围

### 深入影响

再不断强化新业务内容影响用户心智





# 新业务推广案例-某银行ETC业务推广案例

广泛曝光：开屏资源实现广泛覆盖

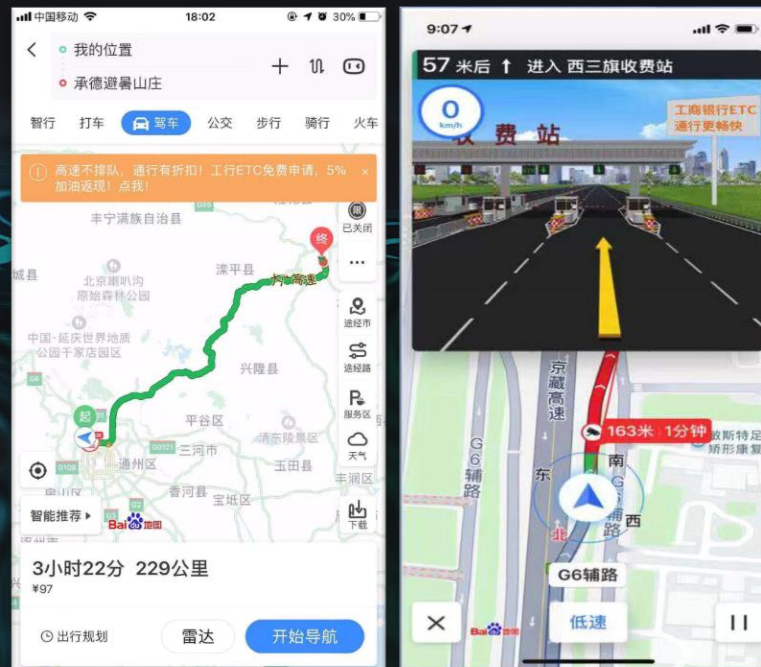
深入沟通：实现业务认知



百度地图开屏

首页文字链

导航结束banner  
(demo)



- 图文互动
- AI判定导航途径收费站，  
导航栏下小黄条，抓取网民注意力
- 声文互动
- 途径收费站时，  
进行语音互动，  
提示办理ETC到xx行，  
提示沟通效率





## 1-3 新形象推广策略

广度

以强势曝光的展示类资源，**覆盖更多**行业人群及潜在行业人群  
强曝光资源+节日流量借势



1  
借势曝光

新颖互动

2

趣味性

通过新颖**有趣**且**强相关**的互动游戏，增强人群对品牌形象的印象



# 新形象推广案例-某金融科技品牌CNY合作案例

此次合作，实现20亿+次品牌曝光量

手百开屏强曝光



手百APP开屏

红包活动有效互动



集好运冠名

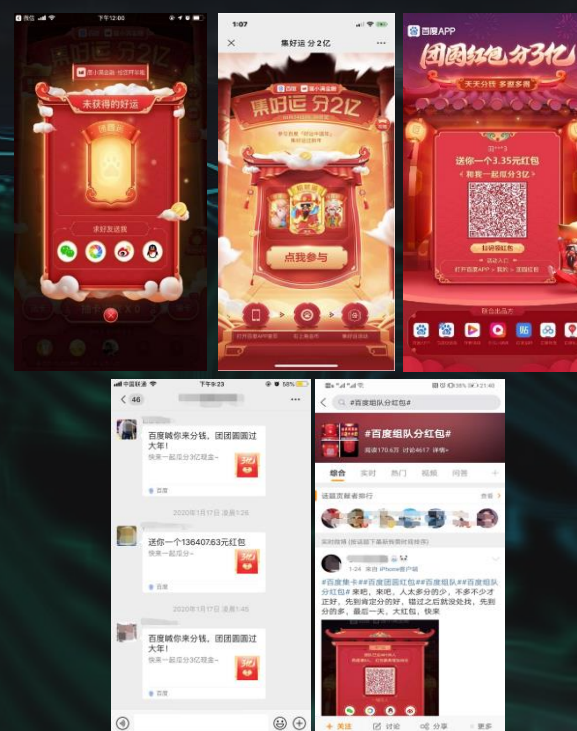


拼好运冠名



团圆红包冠名

端内端外裂变传播





# 产品同质问题下的营销解决方案总结

1

## 新产品推广

精准+深入

明确产品定位，精准圈定目标受众后，更有针对性的深度产品沟通。实现推广目的。

2

## 新业务推广

广泛+深入

通过广泛宣传新业务内容，捕捉用户需求，通过多次深入影响，抢占市场业务先机。

3

## 新形象推广

广泛+趣味

通过海量流量进行品牌独特性曝光，同时叠加新颖的互动方式，加深用户的品牌印象。



## 二，行业舆论问题下

如何帮助广告主通过品牌公关，实现用户信任找回

## 2-舆论压力下品牌营销策略

借力权威媒体，树立自身合规及专业形象，重拾用户信心。

营销策略

巧背书



广曝光



深解读

资源方向

权威媒体联合打造  
的营销资源

如：百度+央视 百度沸点  
冠名植入

量级大且稳定的  
曝光类资源

如：百度APP开屏矩阵  
手百APP原生GD

内容营销+互动类  
资源

如：百度沸点经济话题  
百家号推优

传播内容

以品牌的联合露出曝光及  
活动植入为主

主要宣传平台的合规性及  
稳定性

通过百家号文章突出平台  
专业性



# 舆论压力下品牌营销案例-某互金品牌沸点合作案例



## 01 预热阶段

巧背书-百度沸点明星榜曝光

700万+展现

借力百度年度盛典，联合百度进行明星资源的logo露出与业务曝光。有效进行大范围的品牌背书。





# 舆论压力下品牌营销案例-某互金品牌沸点合作案例

## 02 预热+引爆阶段 广曝光-百度系APP矩阵开屏

通过百度超级app及app矩阵开屏的海量曝光，整体实现平台业务稳定合规信息的传达。

手百开屏+GD信息流

+

百度新闻

宝宝知道

好看视频

百度手助

百度文库



# 舆论压力下品牌营销案例-某互金品牌沸点合作案例

## 03 引爆阶段 深解读-沸点财经互动话题

选取沸点财经话题中的 #经济2019 #遇见2020，从专业角度理财行业的未来方向。传达更安全、更专业的品牌信息。

话题全量PUSH



推荐页榜单话题引流



百度热榜话题引流



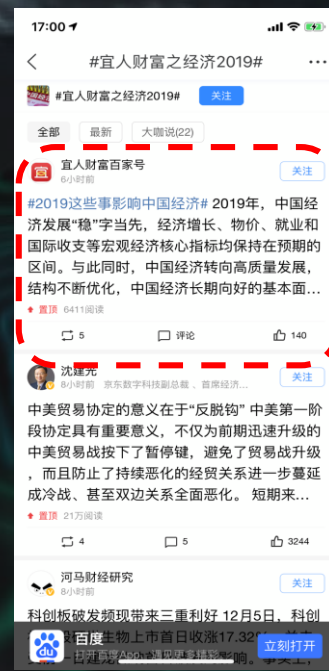
沸点热榜话题引流



话题页冠名及文章推广



话题页动态置顶





## 三，行业高知识壁垒下

如何帮助广告主高效实现市场教育，占领用户心智





## 3-高知识壁垒下品牌营销策略

STEP 1

渠道锁人

contact

明确行业人群特征，小而美的投放渠道选择

STEP 2

内容动人

touch

明确行业人群的知识需求特征，有针对性的进行内容输出

STEP 3

产品获人

acquire

明确行业人群的具体产品需求，有的放矢进行品牌产品推荐

# 高知识壁垒下品牌营销案例-儿童险行业造节活动

## 市场现状

行业人群以在家有孩子和怀孕中的女性为主，母婴特征显著。

行业人群对行业认知度高但了解度低，相关知识普及对行业人群具有实用价值。

市场对于儿童保险需求旺盛，教育金、儿童医疗等险种为用户主要关注领域。

**渠道锁人**

contact

**内容动人**

touch

**产品获人**

acquire

## 策略实施

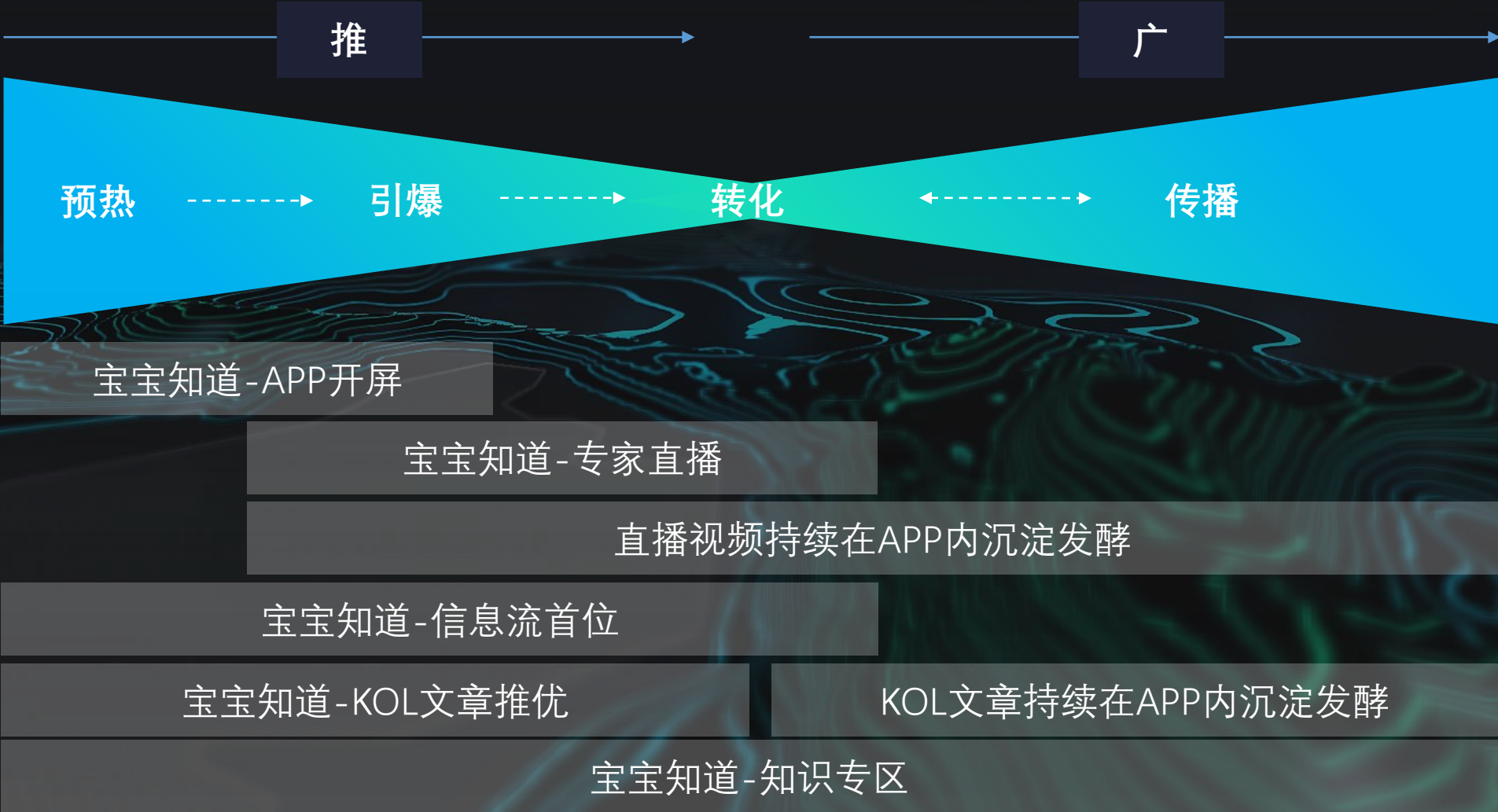
宝宝知道，超过4000万宝妈用户，成熟母婴社区。精准锁定儿童保险用户。

将用户关注的保险知识内容，以KOL和直播的形式输出。软性融入活动及客户产品信息。有效打动受众。

活动落地页聚合多样化儿童保险产品。方便用户一站式进行相关产品购买。

# 项目策略 资源及时间安排

以极具传播性的内容+精准人群海量曝光，实现“推”+“广”的品效双赢。





# 高知识壁垒下品牌营销案例-儿童险行业造节活动

## 精准人群强曝光

锁定宝宝知道内精准母婴人群，以开屏和首位信息流强势资源，实现海量活动及品牌曝光



宝宝知道APP开屏

近2000万

曝光



近600万

曝光

宝宝知道信息流首位

# 高知识壁垒下品牌营销案例-儿童险行业造节活动

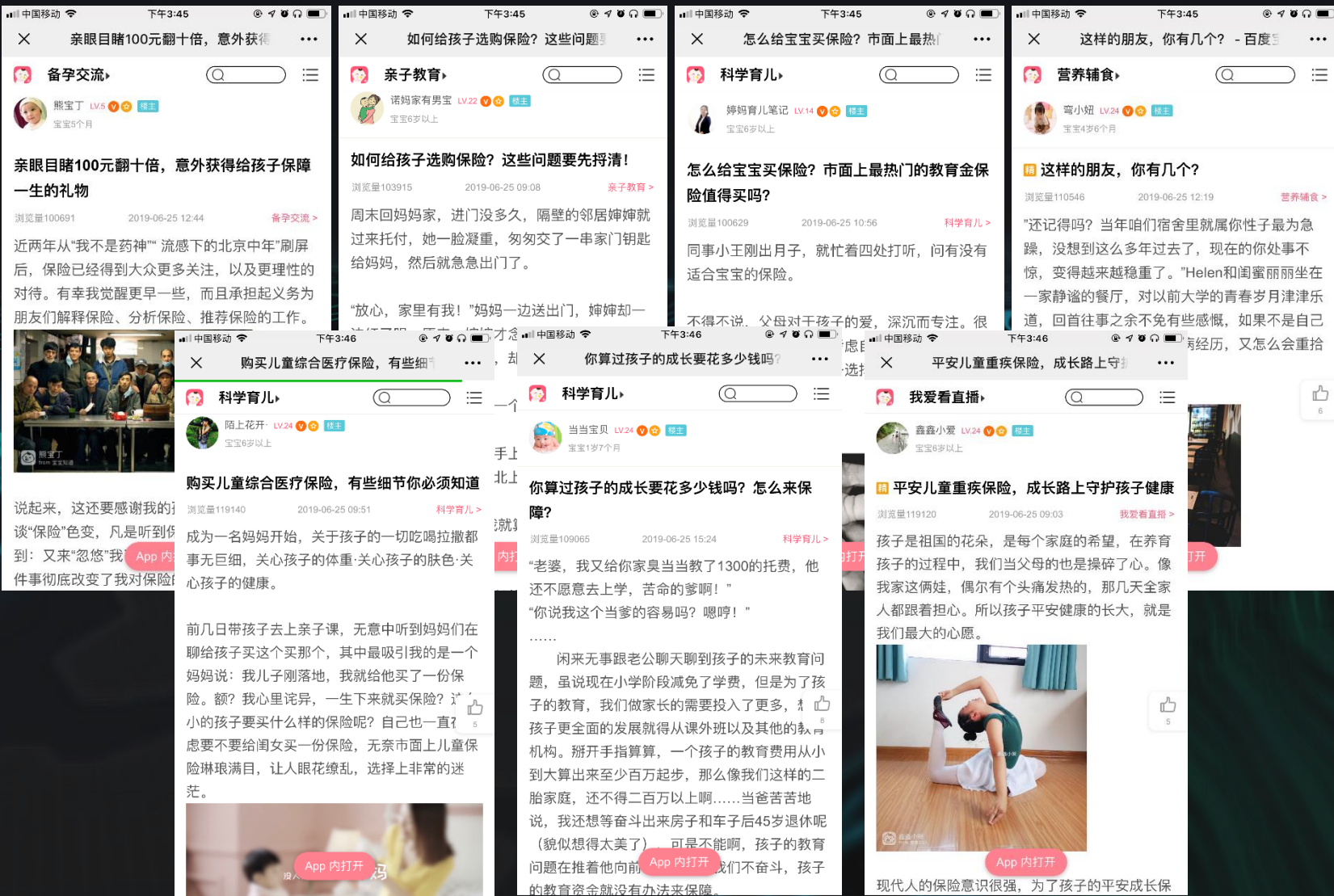
## 优质内容软获客

筛选宝宝知道内母婴达人发文，以软文方式对儿童保险及客户产品进行相应介绍。潜移默化用户心智。

## 投放效果

7篇KOL软文，每篇实现均实现

10万+浏览量。





# 高知识壁垒下品牌营销案例-儿童险行业造节活动

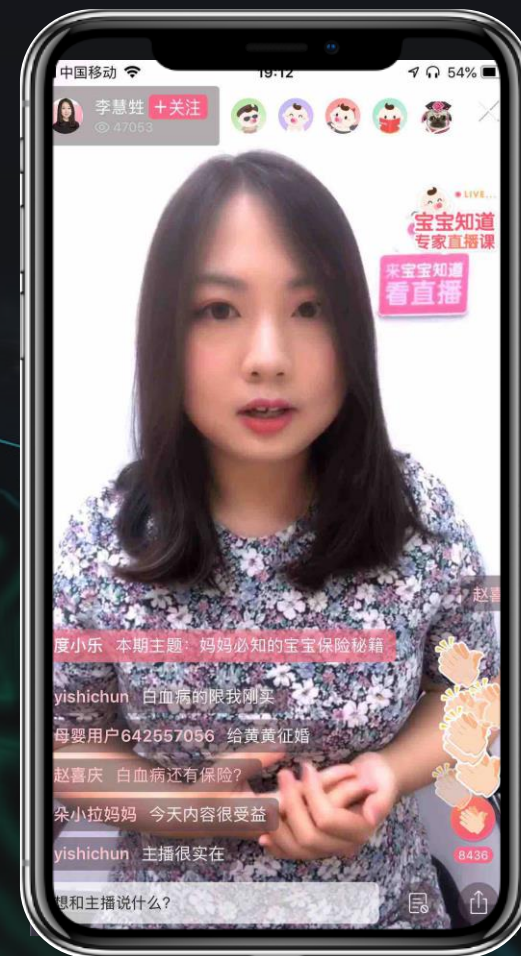
## 优质内容软获客

将对受众具有实用价值的行业内容，以直播的形式输出给潜在消费者。通过在直播中对客户产品进行口播，实现“带货”。在满足用户需求的同时，实现客户转化。

近13万

观看人数

打造具有传播性的优质内容 //



宝宝知道APP专家直播



# 高知识壁垒下品牌营销案例-儿童险行业造节活动

## 优质内容软获客

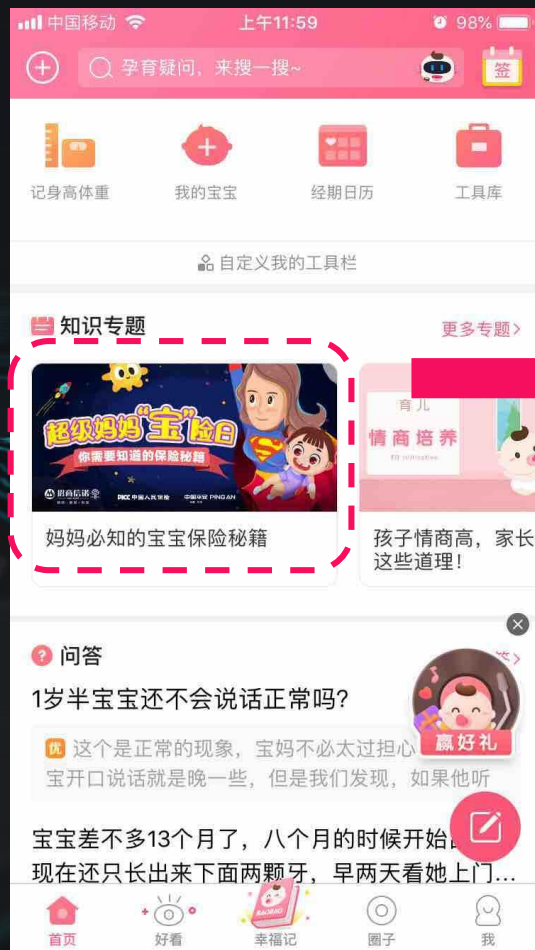
将关于儿童保险的行业知识及商业KOL软文，以聚合的方式在知识专区内进行展现。软性打动用户。

近150万

展现

高达3%

点击率



知识专区内，对推广活动及客户产品的KOL文章进行聚合展现。

知识专区参考链接：

<https://baobao.baidu.com/mbaby/home/topicbrowse?id=279>

宝宝知道APP知识专区

# 百度新生态 赋能金融行业品牌营销新价值

行业痛点

客户策略

营销策略

资源承接

1

同质化显著

差异化策略

- 新业务
- 新产品
- 新形象

广+深  
精+深  
广+精

广

品牌序章、手百开屏、Doodle等

2

舆论问题突出

品牌合规性宣传

- 品牌背书

广+信+精

精

观星盘，包含语音识别、AR/VR等技术的游戏定制，话题定制

3

行业知识壁垒高

市场教育

- 内容营销

广+授+深

授

KOL合作、直播等

信

品牌冠名、联合活动（沸点、CNY等）





## 金融行业广告风控原则

金融行业推广需以遵循国家法律法规为前提，甄选具有国家金融主管部门的背书的机构，作为合作客户

推广内容、业务合法合规，避免过度承诺、虚假宣传，保障公民合法权益

落地页必须增加明显的风险提示语，如“投资有风险，选择需谨慎”





# 案例



年化收益率大于12%

标题 50ETF期权操盘大咖，教你挑战**年化收益率**620.8%！

用户头像

URL

图片

贷款最高限额高于30万元

正规银行放款 | 0抵押0担保

急用钱？  
来这里，30s快速申请

可贷1-50万 月息低至0.4% 快至当天放款

极速下款

通过率高，额度管够，一键申请

门槛低 易通过 放款快

请输入手机号

请输入验证码 获取验证码

有钱花 | 度小满金融旗下信贷服务

新用户专享

最高24000元 借30天0利息

有钱花 大品牌 息费透明 最快30秒审批

最高借款额度（元）  
200,000

10000元借1天最低仅2元

请输入手机号

请输入验证码 获取验证码

# 感谢观看

与中国企业同舟共度—百度共度计划







## 互动抽奖环节！~

---

### 玩法介绍：

主播老师会打开摄像头，并且给大家1分钟的时间输入文字内容

点开留言框，输入“运营单位+姓名+手机号码”

例：“百度KA，李二牛，13688888688”

输入后，**不要点击发送**，等待主播老师喊

**“五、四、三、二、一”之后发送信息**，同时老师会截图留档

展示截屏中排在第1-3位正确留下信息的三名同学

哒哒~恭喜以上三位同学将分别获得精美礼品一份！

百度营销中心官方百家号小编会通过138\*\*\*\*8926的手机与三位同学取得联系~