

腾讯理财通&周大福 “理出金喜” 促千万申购额

- ◆ 广告主：腾讯理财通
- ◆ 所属行业：金融理财
- ◆ 执行时间：2017.08.09-09.31
- ◆ 参选类别：效果类

传播背景



周大福是中国内地及香港**最著名及最具规模**的珠宝首饰品牌。以“打造完美生活，创造华人第一珠宝品牌”为品牌战略，与众多国际品牌合作，为用户带来完美、**优质**的生活体验。



腾讯理财通作为**腾讯官方**理财平台，为用户**提供多样化的理财服务**。有着**互联网金融旗舰**的优质属性，致力于为用户带来**优质、方便**以及安全的理财体验。

同为各行业中的佼佼者，且都致力于为用户打造最优质的体验，如何才能最大化地进行品牌曝光与促成产品销量地转化？

传播目标

腾讯理财通&周大福

1.线上线下大范围曝光理财通和周大福品牌，
提升品牌美誉度和好感度

2.为理财通的申购引流，同时刺激周大福的线
上和线下的销售

用户洞察



腾讯理财通—5000万理财高价值客户，用户年轻、懂理财、爱分享、爱生活，有一定资金



周大福—注重品质生活，高贵典雅，时尚，追求个性，富有文化品味；用户年龄涵盖年轻客户人群，以及中青年人群

二者用户既有重叠又能互补，能够促进粉丝间的相互转化

思考

金钱联萌

金鹅送福行动

招财进福

理财黄金周

金饭碗计划

福气生财

.....

哪个才是最佳合作主题？

Big idea

理出金喜

“理” 一词双关，既能代表腾讯理财通，又能代表理财；

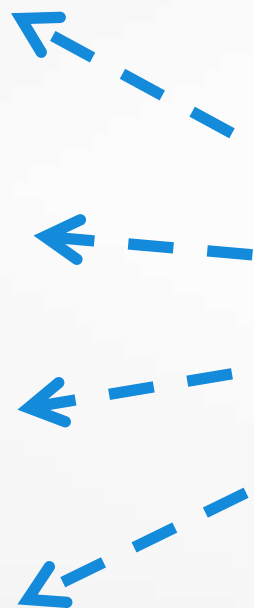
“金” 顾名思义，指周大福；

理出“金”喜，既是通过理财带来惊喜，实现财富增值，又带出了活动信息。

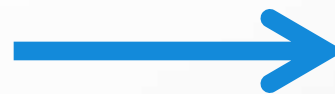
传播策略

传播渠道

- 线下门店
- 官微
- 电商渠道
- 网站曝光



运营活动承接



理财通申购主页

周大福线下门店曝光

周大福2000+线下门店



LED屏与台牌活动信息露出

双方双微平台发布活动文章

配合“理出金喜”运营活动，理财通双微联合周大福微信与微博账号，第一时间发布活动文章

理财通双微



周大福五大账号共同发声



双方同步发起微博活动

双方同步发起微博活动，为运营活动导流。



周大福线下电商平台曝光

周大福三大电商平台

周大福官网、周大福天猫店、周大福京东旗舰店活动banner条露出



搜狐、风行等网站曝光

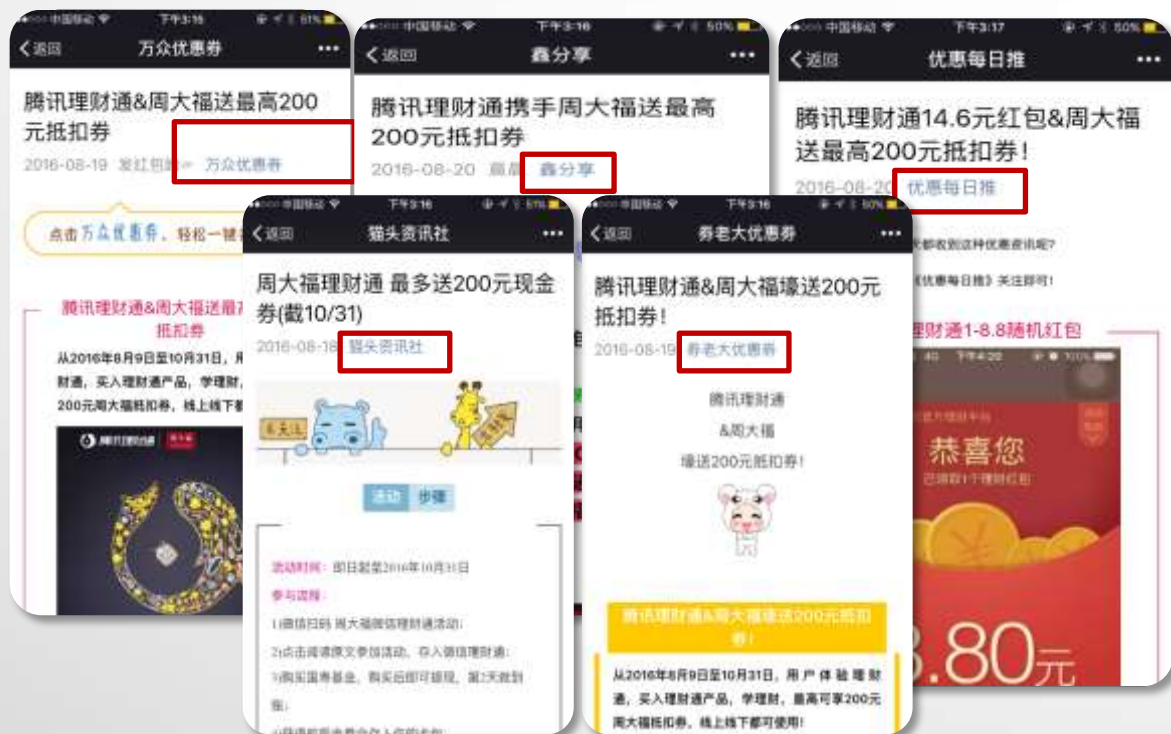
搜狐、风行等视频网站曝光，为运营活动引流。



微信自媒体及粉丝自发传播

多家微信自媒体账号自发传播此次活动，活动当天，粉丝积极申购10万理财通取得周大福抵扣券，优惠购买周大福手表，并在微博上进行晒单。

微信自媒体主动传播



粉丝微博晒单



1.双微平台及周大福集体其他订阅号发布信息

理财通双微联合周大福微信与微博账号活动文章总阅读量：**10万+**

理财通双微



周大福五大账号共同发声



2.双方同步发起微博活动

双方同步发起微博活动，为运营活动导流。活动总曝光量**71万+**，参与人数：**7077**，总互动量：**16604**



微博平台	发布内容	曝光量	转发	评论	点赞
腾讯理财通	活动	42万+	5129	2848	64
周大福	活动	29万+	1948	1466	20
总计		71万+	7077	4314	84

3.理财通产品申购效果

申购金额2956W 人均申购接近1W	两大电商平台、线下门店及企 业官微、等多平台渠道传播	申购页面 PV : 100W+ UV : 61W+
-------------------------------------	---------------------------------------	--

8月9号理财通与周大福合作的“理出金喜”活动正式上线，活动信息覆盖周大福**2000+**线下门店及**周大福京东旗舰店**和**周大福电商官网**，理财通品牌在周大福各大渠道得到充分曝光，同时在搜狐、风行等视频网站以及深圳地铁橱窗广告均有活动信息传播，最终达成申购页面**PV : 100W+**，**UV : 61W+**直接促进用户**申购2956W**，**人均申购金额接近1W**。