

中信银行双十一活动

- ◆ 广告主：中信银行
- ◆ 所属行业：金融
- ◆ 执行时间：2016.11.7-11.12
- ◆ 参选类别：媒介整合类

传播实施背景：

- 人们花在移动设备上的时间越来越多，网购及刷卡消费也已经成为主流的生活方式。用户也更加注重互动性、体验性、创造性。
- 每年的双十一是各大电商平台和用户重点关注的节日。为提升中信信用卡在互联网的声量，同时加深用户对宣传活动的认知，并吸引用户积极参与活动。本次推广决定借势双十一热点，选择互动性强，传播力度广的新媒体，整合多且杂的优惠活动，组成一个专属的主题营销活动进行宣传。

传播目标：

- 利用GIF动图将不同的优惠活动以直观幽默的形式推广，使用户充分了解并接触沟通产品和产品概念，提升用户对中信信用卡产品的认知度和活动参与度。
- 通过新的传播形式，提升用户对中信信用卡的品牌认知和了解。

创意核心：

- 在传播创意表现形式上，采用了不同于之前只是单纯的静态形式展示传播，而是用了实景拍摄风格，创意将其制作成动态效果，让用户对场景形成强烈的代入感，并通过趣味直观的形式获取优惠信息并参与活动。
- 以社交平台和今日头条以及朋友圈广告作为传播途径，并将双十一这一热点和产品更为贴近，统一核心传播概念为“过招11.11，扫货不扫兴”。吸引用户的兴趣和关注。

传播策略：

- 本次传播通过微信、微博、朋友圈以及今日头条广告推动“过招11.11，扫货不扫兴”活动概念与产品的互动结合，实现产品+移动渠道的完美结合。从而达到促使用户了解并参与活动的目的。
- 媒体传播上，结合大数据分析消费者的共性，进行精准投放，从而达到广告效果的最大化。
- 口碑传播上，自媒体及社交媒体是传播的核心。本次的推广通过自媒体大号、微博、微信等社交媒体，进行品牌的宣传预热，加强曝光。

抢货无影手——积分兑五折



创意阐述：

要想在双十一优惠买到自己喜欢的物品，首先是要手速快。

根据双十一用户购物特性，我们结合**积分/半价兑换购买**这一优惠活动，创意制作了一幅人物疯狂点击键盘的GIF动图海报，来表达用户双十一手速快来中信商城即可低价优惠购买各种物品。

弹指神算功——满减享优惠



创意阐述：

双十一不仅要手速快，还要懂得精打细算。

根据双十一用户购物特性，我们结合**糯米平台满50减20**这一优惠活动，创意制作了一幅用鼠标代表某一物品，如果只单独购买此物品需原价购买，如使用中信卡，则优惠20元GIF动图海报。来表达双十一使用中信卡，能参与满减优惠活动。

智取电影票——99三连刷



创意阐述：

双十一不购物，还可以看电影。

根据这一现象，我们结合**中信小白卡新客户刷满3笔99元可获得电影票**这一优惠活动，创意制作了一幅刷卡3笔99元即可获得电影票2张GIF动图海报。来表达刷中信卡，可免费获得电影票。

积分大挪移——刷卡抽1111倍积分，还送Rimowa拉杆箱



创意阐述：

购物刷中信卡还有机会获得积分和Rimowa拉杆箱。

根据用户喜欢占小利小惠这一特性，我们结合**刷卡达标抽积分和Rimowa拉杆箱**这一优惠活动，创意制作了一幅抽积分和Rimowa拉杆箱GIF动图海报。吸引并告知用户，刷中信卡，还能赢取积分和拉杆箱。

还款七星拳——分期赢大疆



创意阐述：

过完双十一，不想吃土，分期还款还有机会获得大疆无人机。

根据这个想法，我们结合**办分期有机会赢大疆无人机**这一优惠活动，利用大姜代替大疆无人机这一幽默的形式创意制作了GIF动图海报。来宣传优惠活动。让用户通过有趣的形式获取优惠信息。

口碑传播



微博：
时尚潮人蕾苒妍

微博：
买买买小天使

微博：
咪蒙

微博：
种草囤货达人

微博：
指尖看时尚

微博：
女生小资生活

口碑传播



11.11玩法大揭秘

2016-11-07 苏岑

11.11又要到了
摩拳擦掌装满了购物车
一算账比房租还多 香菇

想着买完, 钱包空空如也
连电影都看不起
担心看剧手之后要经历漫漫吃土日
买不买, 真的不是一般的纠结

没事, 如果你也有以上11.11综合症
中信为爱美爱生活的你准备了对策:
《过招11.11》, 中信为你诚意奉上!

智取电影票

现在申请中信信用卡, 新用户只需刷3笔满99元 (含), 即可兑换2张电影票。

11.11玩法大揭秘, 中信信用卡诚意奉上!

2016-11-07 广告 时尚娱乐热点

11.11又要到了
摩拳擦掌装满了购物车
一算账比房租还多 香菇

想着买完, 钱包空空如也
连电影都看不起
担心看剧手之后要经历漫漫吃土日
买不买, 真的不是一般的纠结

没事, 如果你也有以上11.11综合症
中信为爱美爱生活的你准备了对策:
《过招11.11》, 中信为你诚意奉上!

智取电影票

现在申请中信信用卡, 新用户只需刷3笔满99元 (含), 即可兑换2张电影票。

11.11玩法大揭秘, 中信信用卡诚意奉上!

2016-11-07 广告 时尚潮生活

11.11又要到了
摩拳擦掌装满了购物车
一算账比房租还多 香菇

想着买完, 钱包空空如也
连电影都看不起
担心看剧手之后要经历漫漫吃土日
买不买, 真的不是一般的纠结

没事, 如果你也有以上11.11综合症
中信为爱美爱生活的你准备了对策:
《过招11.11》, 中信为你诚意奉上!

智取电影票

现在申请中信信用卡, 新用户只需刷3笔满99元 (含), 即可兑换2张电影票。

11.11玩法大揭秘, 中信信用卡诚意奉上!

2016-11-09 券妈妈

你分期我送礼, 无人机还是暴风魔镜?

2016-11-12 广告 热门潮时尚

每年11.11 总有那么几件
看得上却不忍心割下去
心有不甘
别担心, 只要你办理账单分期
中信为你备好神秘礼品!
传说中的大疆无人机, 平衡车, 暴风魔镜等
限量供应, 手慢则无!

2016年11月4日-2016年11月18日

大疆无人机, 爱国者平衡车及暴风魔镜5.0任你兑!
活动期间, 成功办理账单或单笔分期12期及以上:

1

你分期我送礼, 无人机还是暴风魔镜?

2016-11-12 生活大视界

每年11.11 总有那么几件
看得上却不忍心割下去
心有不甘
别担心, 只要你办理账单分期
中信为你备好神秘礼品!
传说中的大疆无人机, 平衡车, 暴风魔镜等
限量供应, 手慢则无!

2016年11月4日-2016年11月18日

大疆无人机, 爱国者平衡车及暴风魔镜5.0任你兑!
活动期间, 成功办理账单或单笔分期12期及以上:

1

微信:
苏岑

微信:
时尚娱乐热点

微信:
时尚潮生活

微信:
券妈妈

微信:
热门潮时尚

微信:
生活大视界

今日头条广告传播

投放媒体：今日头条开屏广告
投放时间：11月8日-11月8日 00:00-24:00
总曝光：306.5万次
点击量：159465万次
点击率：5.2%

小结：

点击量比预估高达**5倍**，点击率**创金融行业历史新高**，以后可考虑继续投放开屏广告。



- 通过一系列的推广传播，最终活动口碑总曝光量超400万次；硬广总曝光量超800万次。
- 微博阅读总量372.2万，转评总量2.8万；微信阅读量总量36.1万；
- 今日头条曝光量306.5万，点击量15.9万，点击率5.2%创金融行业历史新高。
- 朋友圈预估曝光量300万，实际曝光量超496.8万，超额完成。
- 本次活动，硬广今日头条和朋友圈效果完全超乎品牌方的预期，其中今日头条点击率创金融行业历史新高。