**百度×度小满：“共度新年 小满送福”新春营销**

**广 告 主：**度小满金融

**所属行业：**金融

**执行时间：**2020.01.15-01.24

**参选类别：**大事件营销类

**营销背景**

随着互联网金融的发展，互金用户对于品牌意识逐渐增强，网民关于互联金融平台品牌在百度检索占比不断提升。度小满金融在与其他互联网金融平台比较品牌声量较弱，同时导致旗下信贷、理财和保险业务线获客增长遇到了瓶颈。

**营销目标**

度小满金融希望与百度CNY合作在春节期间打造一场营销盛事，增加品牌曝光量，提升品牌知名度，同时为旗下业务沉淀销售线索获得效果转化。

**策略与创意**

【媒体策略】

通过百度CNY背书传达度小满金融是值得信赖的金融平台；同时，在CNY活动中植入度小满金融品牌形象，提升品牌曝光量；最后，通过CNY互动游戏向网民赠送度小满奖券，提升用户参与度，达成度小满线索转化的效果目标。

【媒体创意】

广曝光-通过百度ＡＰＰ开屏和三大红包活动冠名（集卡红包、拼好运、团圆红包）进行品牌曝光；

趣互动-通过互动红包定制卡和任务发券，直播互动开奖，团圆组队社交裂变，提升互动性；

高转化-通过三大红包活动中赠送度小满奖券的形式进行与用户互动，提高线索转化；

强裂变-通过集卡红包赠送卡片、活动任务分享和团圆组队红包，活动社交裂变传播。

**执行过程/媒体表现**

一、品牌曝光阶段

通过手百APP开屏及活动冠名进行品牌曝光，度小满品牌曝光量达到20.9亿。



二、品牌互动阶段

1、集好运，瓜分2亿现金；通过集卡红包定制度小满“招财运”，完成度小满定制任务可增加抽卡机会，提升用户对度小满品牌高感度。

2、拼好运，集卡重复卡片可以进行排列组合投注，每晚邀请明星参与直播开奖，度小满提供大礼包赠送参与用户。

3、团圆红包，组队瓜分3亿红包，战队人数越多奖金池越大。用户通过拉动身边朋友组战队的方式为增加人气，度小满为参与用户提升大礼包。



三、奖券发放阶段

度小满通过百度CNY活动为参与用户赠送新春大礼包的方式发放3368W张奖券。



四、支付合作阶段

度小满通过与百度CNY合作提现合作，为度小满增加257456新增用户。



五、品牌传播阶段

度小满与百度CNY合作，端内活动设置可分享机制增加活动人气，百度CNY活动迅速引爆社交媒体，度小满品牌在各大社交媒体裂变传播。



**营销效果与市场反馈**

1. 度小满金融品牌曝光量达到20.9亿，三大红包活动总参与人数到达1亿+；
2. 度小满金融奖券大礼包发放3000W+，礼包领取率达到5%；
3. 活动期间，度小满金融百度检索指数增长50%。