

国泰君安“预见·科创板”推广

广告主：国泰君安

所属行业：金融

执行时间：2019.05-06

参选类别：创新营销类

营销背景

营销背景

科创板开板在即，科创板的入市对于投资者意味着游戏规则更改，挑战股民认知；对于券商是抢夺优质客户，赢得存量财富的机遇，国泰君安在众多券商中抢先赢得用户对国泰君安的认可。

行业发展

2018 年 11 月 5 日，习主席在首届中国国际进出口博览会上正式提出设立科创板并试点注册；各地方政府与相关企业做好冲刺科创板的准备，一批种子企业脱颖而出，有望成为科创板首批上市公司；科创板于 6 月 13 日正式在上海交易所开板，成为中国资本市场一块崭新的试验田。

面临挑战

对投资者而言，科创板的出现意味着游戏规则更改，前五个交易日大起大落，五日后难以预测，将挑战散户认知。

对券商而言，科创板的门槛决定进场的皆资产排名前 7% 的股民，即券商优质客户，且科创板的大波动导致更高的换手交易佣金，股市实为存量财富的转移，这意味着券商需要抢夺优质客户，赢得存量财富。

营销目标

- 1、抢先触达用户，树立国泰君安专业品牌形象。
- 2、与优质投资者进行沟通。
- 3、提高国泰君安的行业地行业影响力。

策略与创意

策略

- 1、原生专业投教内容树立品牌行业领先形象。

- 2、借势行业热点，将行业热点转化为品牌焦点。
- 3、趣味内容网络优质投资散户。

创意

- 1、天时：抢占科创板开板时机，借助媒体平台的传播，输出优质投教内容，提升用户认知，扩大品牌声量，塑造业界最具影响力的品牌形象。
- 2、地利：媒体平台 x 国泰君安 x 上海证券交易所，三方强强联合打造最具专业影响力的用户投教内容。上海证券交易所站台，作为科创板率先开板的交易所，极具行业权威性及影响力，能迅速提升用户对品牌的专业领导形象的感知。
- 3、人和：全行业内唯一一款真实模拟科创板交易的体验游戏，寓教于乐，真实还原市场，科创板兴趣用户势必积极参与体验，趣味游戏中加强品牌的认知并获取科创板的最新内容信息，收获大量用户粉丝，抢先建立品牌在科创板的领先地位。

执行过程/媒体表现

1、联合定制开发游戏类投资教育产品 H5 “K 线博弈战”。

选取港美股真实股票数据（换掉名字），仿照科创板交易规则，用简单易懂的方式快速让投资者熟悉科创板风险与交易规则。



2、借势热点，超过 1000 条海量重要新闻植入，全面曝光品牌信息。

在科创板上线期间，所有关于该热点事件的新闻稿件软性植入国泰君安信息，长期连接导流实现品牌超强曝光。科创板文章正文页标题下方插入超过 1000 篇的关于国泰君安的文案链传播，正文日更新数量 1 万篇+，预估总数 15 万+篇。

3、6.13 同步科创板上线，打造品牌 BIG DAY。

通过长图文、海报、新闻稿、科创板专题等多元形式聚焦行业热点，超强曝光资源矩阵，将行业热点转化为品牌焦点。超黄金资源矩阵，多平台 PC 移动双端硬广资源，打造品牌海量曝光；各财经

媒体平台移动端超高流量资源位曝光，强势赋能品牌声势；捆绑大号影响力，全面覆盖目标人群，提升品牌声量。



科创板来了 国泰君安携手新浪财经打造投教

备受资本市场关注的科创板，在经历半年多紧锣密鼓推进后，6月13日正式开板。为进一步服务广大科创板投资者，国泰君安携手新浪财经推出“2019预见科创板”投资者教育系列“组合拳”。除提供最新投资快报、专业深度解读和专家答疑等服务外，还打造了全市场首个科创板交易模拟体验游戏——K线博弈战。游戏模拟10日交易，用户可在真实数据体验中进行升级演练。“迎战”科创板，玩游戏，还能百分百中奖好礼。

科创板正式开板 投资者需迎战“新玩法”



新浪首页5轮播超屏广告1轮



财经首页三轮博超屏1轮



财经首页导航栏下右侧按钮



新浪首页5轮播超屏广告1轮



财经首页三轮博超屏1轮



财经首页导航栏下右侧按钮



营销效果与市场反馈

1、超强曝光与超高参与度，抢先触达用户影响心智：

专题页：硬广曝光超 1 亿+，总点击量超 34 万+，落地页到达人次超 32 万+。

K 线游戏：硬广曝光超 1.2 亿+，总点击量超 31 万+，落地页到达人次超 30 万+；与人数超 18 万，抽奖用户超 4 万，共 352 人实物中奖。

超强关联：检测全网热词云图，“国泰君安”和“科创板”建立强关联。（注：数据来源自有后台数据，并经客户认可）

2、超赞口碑：

获得用户对国泰君安科创板的认可，科创板专题+K 线游戏，获得娱乐好评；K 线游戏参与人数 18 万+，抽奖用户 4 万+，实物中奖 352 人（注：数据来源自有后台数据，并经客户认可）。

