

东方证券杯“私募梦想创业营”

广告主：东方证券

所属行业：金融

执行时间：2019.03-12

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

营销背景：由于私募行业准入门槛升高，资金募集难度增大，“墙外人”难以进入监管森严的高墙之内。因此，私募比赛应运而生，但是尽管私募比赛频频，却缺乏影响力、公信力卓越的业界大奖，于是东方证券与财经媒体强强联手，跨界合作，打造专业、公正，具有影响力的行业标杆式私募梦想创业营。2019 年东方证券再次携手新浪财经打造行业现象级私募 IP。

营销目标

1、塑造行业影响力

通过私募梦想创业营为私募机构、优秀个人提供展示平台，将比赛打造成为行业标杆项目，强化东方证券在私募领域的影响力。

2、投资能力的全景展示

通过比赛全面展示东方证券优秀的投资管理能力，推广先进的投资理念，促进行业健康发展。

3、投资能力向财富服务能力的战略转型

在券商同质化的背景下，通过突出差异化服务优势，提升公司的市场竞争力和风险抵御能力。

策略与创意

策略

1、打造具有影响力、公信力的私募大赛 IP：打造“私募梦想创业营”，网罗中小私募从业者及潜在私募用户参与私募梦想创业营，塑造大赛在业界的最强影响力，利用媒体专业媒体推广，将传播声量最大化，在行业内树立私募孵化标杆地位。

2、搭建三方交流、对话平台：邀请各路顶级私募领袖、东方证券高层站台，通过采访、线下活动等形式提供三方良好的沟通交流机会，参与者升级，建立东方证券朋友圈，形成与顶级私募之间的“朋友圈”。

3、定制优质原生内容，多维度引爆活动关注：定制启动仪式+私募梦想创业营+颁奖典礼三大专题，全媒体优质资源导流，助力活动声量最大化；公关稿件、海报定制、H5 定制、视频制作等全程传播各阶段信息，扩大活动影响力。

4、线上线下联动传播：线上主流媒体发布相关稿件，通过直播报道全程，输出即时内容，保障传播即时性；通过视频、海报、H5 等形式亮点内容丰富传播多样性；线下以行业、机构、评委等多维度深耕内容确保传播深度，展现东方证券的投资及财富服务能力，持续扩大品牌影响力。

5、多端资源全面曝光，助力提升活动声量：借助媒体双频道黄金资源位，持续深化活动影响力；媒体双微官微矩阵传播活动信息，抢占高净值人群注意力。

创意

1、赛制从创新到完善，参赛数量稳定上升。

2018 年通过多重数据交叉对比，而 2019 年大赛考察维度更多元，评定标准更前沿，通过收益能力、风控能力、管理人背景、管理人治理能力和团队能力等 52 项细化指标全面考核。参赛人数同比增长 73 家，增长率将近 15%；

2、资方入驻评委嘉宾，私募生态更完善线。

邀请嘉宾包括私募大咖、银行资管、东证高层、其他友媒等，今年资方机构入场，国际私募架梁，与国内头部私募评委共同树立行业标杆。打造资管生态闭环。

3、参赛形式创新、深度互动提升体验感。

线下答辩较于往年，从参赛者枯燥地通过 PPT 演讲向评委阐述投资观念，到今年圆桌答辩，参赛者在阐述自己的观念同时，还可以给别人提供意见，评委也能参与其中，强有力地打造真正的线下投资朋友圈。

执行过程/媒体表现

东方证券杯“私募梦想创业营”共走过 3 个城市，8 场活动，历时 9 个月。

1、招募期

预热新闻稿发布，启动仪式宣传片以及独立专题，搭建线上阵地；发布定制预热海报，开通报名通道，二维码引导用户参与；线上多形式同步直播启动仪式现场盛况，实时发布公关文稿，对嘉宾观点实时追踪；官微矩阵+自媒体大 V 媒体联合扩散，优质资源全面覆盖，打造线上声量。

2、比赛期

北上深三地巡回比赛，大赛导师出席创业营沙龙做创业分享，参赛选手演讲阐述投资理念。公关文稿实时更新发布，扩大活动声量。各式海报精心定制（导师观点海报、机构观点海报、领奖海报，冲刺报名海报等）形成二次传播。定制活动邀请函、动员 H5 传播活动信息。定制视频机构专访视频、现场花絮等视频回顾，立体化传播，持续深化活动影响力。

3、成果期

深度回顾持续深化活动影响，制作总结稿、嘉宾观点稿件、机构榜单发布稿，深度全方位报道。嘉宾观点海报、倒计时海报、报名总结海报、获奖榜单海报的多样化定制，多维度持续传播活动信息。暖场、颁奖视频直播 PC+WAP 端线下盛况，增强活动声量。

营销效果与市场反馈

1、机构参赛热情高涨。

仅用 2018 年五分之一的报名时间达到同样的报名数量。565 家机构报名参赛，同比增长 73 家，增长率将近 15%。

2、IP 项目沉淀。

在今年报名参赛机构中，接近三成（125 家）为去年参赛机构。

3、亿级曝光辐射全网用户，近千万专题点击量打造行业最强音。

媒体总曝光：28 亿+，点击量 900 万+。

4、活动获得各大媒体争相报道。

活动获得各大媒体争相报道

