

平安普惠：相信你的力量，小微经营“止难”

广告主：平安普惠

所属行业：金融

执行时间：2019.12.06-12.31

参选类别：公益营销类

营销背景

每个人身边都有小微企业主——早餐店老板、宠物店主、新农人。他们提供了 2.37 亿个就业岗位，占总就业人口近三成，贡献了 60% 以上的 GDP 和 50% 以上的税收，养活了一半农民工。对民生或国计，小微企业都很重要。

但与此形成鲜明对比的是，据统计，中国企业的平均寿命只有 2.5 年左右，能发展壮大的不足 3%。很多有潜力的企业，面临许多问题，人才、市场、资金……这些小微企业的淘汰非常可惜，也造成了巨大浪费。他们需要有人扶一下、托一把，需要有人以宏大的格局“迎难而上”，解决这个“社会痛点”。

平安普惠一直与小微企业同行。

平安普惠是中国平安旗下，小微企业主身边的信贷服务，帮他们解决融资“最后一公里”和“首贷难”问题。

营销目标

2019 年，全球经济增速放缓，除了资金，平安普惠决心要为小微企业主提供**真正的干货支持**，让更多人了解小微企业这个群体，让大众知道他们是国家经济改革中不可忽视的一股重要力量，得到更多来自社会的支持。也提升了全社会对品牌的好感度，让小微企业主在企业发展有资金需求时，**第一时间想起平安普惠。**

策略与创意

核心洞察：压在本小利微的小微企业主身上，让他们负重前行步履维艰的，主要是以下三座大山

- 1、获得关注难：**人人都爱致敬成功者，不愿意拥抱前行者。大家津津乐道的，多半是 BAT 等大公司的成就。享受着小微企业给自己带来的便利，却看不到他们的努力。
- 2、获得知识难：**知识对普通白领来说只是升职加薪的敲门砖，但对谋求发展和创新的小微企业来说，是救命稻草。他们发展的最大瓶颈，是创新能力不足，每个小微企业主都求知若渴。

3、获得时间难：白手起家经营一家公司，996 小意思，007 才常态。所有时间献给公司，别说陪伴家人或者娱乐休闲的时间，甚至连学习充电的时间都不能保证，**只能碎片化学习。**

核心策略：平安普惠打造 2019 暖心年终策划

《致前行者，相信你的力量》为小微企业主输血“止难”，帮助他们升级打怪，从地狱模式切换到 easy 模式。

1、用【暴风式卷入】解决【获得关注难】的问题

平安普惠联合网易新闻和人民日报共同发起，联合多个大咖和圈层意见领袖，确保大众影响力和权威公信力，让大众看见、理解甚至支持他们。

2、用【互动式公开课】解决【获得知识难】的问题

针对小微企业主感兴趣的管理、创新、网红模式等内容，邀请有实战经验的商业大咖与他们对话交流，提供更多企业经营知识和经验分享。

3、用【cut 式传播】解决【获得时间难】的问题

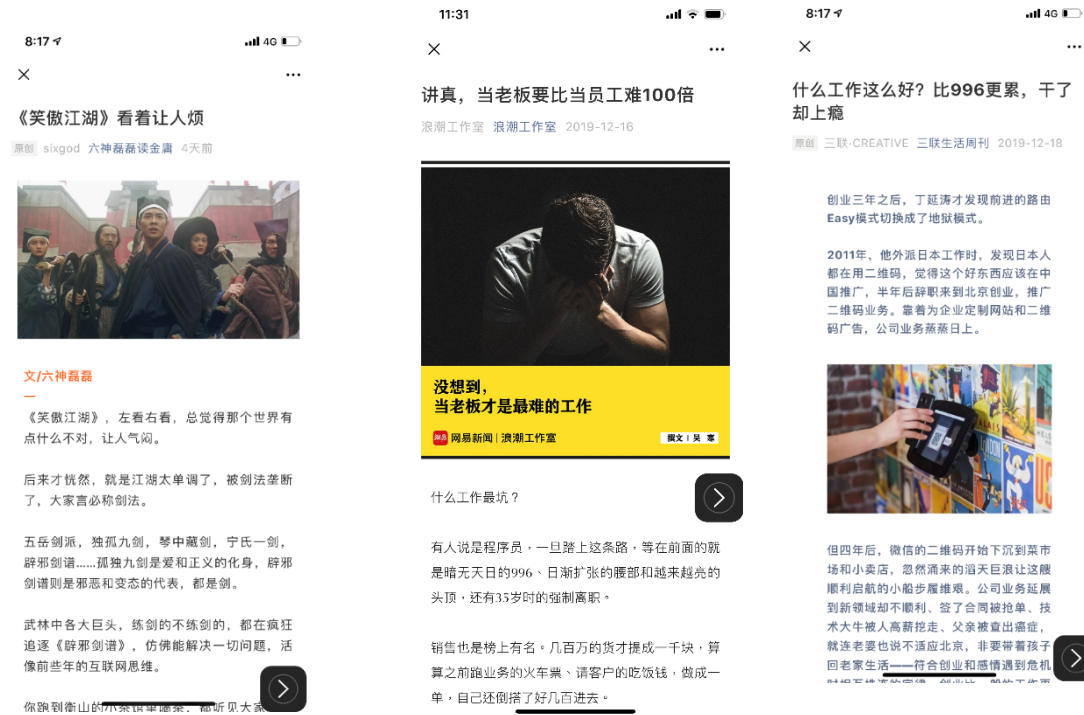
根据小微企业主获取信息移动化碎片化的特点，将传播重点放在小屏，知识形式变成不超过 3 分钟的 cut（视频剪辑），确保小微企业主能精准接收并快速吸收。

执行过程/媒体表现

传播链路：看见→听见→回答→扩散

第一步【看见】多篇十万+ 多维解析 1050 微营家

“1050 微营家”是平安普惠定义的，经营规模年营业额 1000 万以下、雇员 50 人以下的小微企业主群体。为了帮助大众更好地认识了解 1050 微营家，网易新闻以“我太难了”这个 2019 年的关键词（同时也是大众和小微企业家的共同感受）为主线，引发大众共鸣，众多社交媒体如“六神磊磊读金庸”、“三联生活周刊”、“浪潮”纷纷响应，从多个维度解析 1050 微营家，助力活动传播。



第二步【听见】UGC 征集

经营很难，但当你问对问题，答案自然显现

1050 微营家在日常经营中遇见很多问题：留不住人才也招不到人才；吸引不到消费者也拓宽不了市场；更严重的是贷不到款也得不到社会的支持.....

很多时候忙于闷头打拼，缺乏整体方向感。

我们利用矩阵式的社交网络渠道同时征集 1050 微营家想提问商业大咖们的经营难题，除了希望能对症下药得到干货，也帮助 1050 微营家在提问的同时梳理经营脉络，找到问题症结。

收到了无数 1050 微营家的恳切留言

—— “老是不放心下面的人，什么问题都要自己过问一遍，好心累。”

—— “创业两年多了，但是自己没有什么人脉也没有资源，不懂该怎么办？”

—— “公司刚起步，看到现在网红带货这么火，很想尝试这方面的业务，但是资金又有限。”

—— “我一个开店 20 年的老阿姨告诉你我是啥状态吧，20 年下来，除了除夕到元宵这半个月可以稍作休息外，剩下的 350 天完全没有节假日，没有上下班的时间，对，就是 350 天的 007。每个顾客都说我脾气好，活也做得好，可是她们不知道我半夜到家后常常累的不想多说话。工作的时间比常人多一倍，收入不过是略微超过平均水平。为什么在不成正比的情况下不改行？因为不敢，从事自己不熟悉的行业怕死的更快，所以只有坚持下去！”

—— “创业真的是很辛苦，经常加班和出差，总是不在家。妻子因此有好多抱怨，说我在工作上总是亲力亲为，可在家庭中却总是偷懒缺席。本来和妻子计划养狗，但妻子说以我现在的状态，即便养了狗也会变成她一个人的负担，她还总抱怨我不做家务，家里的事情也总推给她解决，总是她在想办法，我也很苦恼。在家庭与创业之间把握一个平衡，真的太难了！”

—— “在经历了房东威胁退租，拆墙打洞整治，违建拆除危机等三次关店后，现在已经第四次开店了。一路磕磕绊绊，惊喜伴着失落，和睦中总有争吵，经历新生、鼎盛、不可抗力与重生，人总是要越挫越勇。唯一不变的是，总是那样人头涌动，总是承载悲欢离合。第七年，第四次创业，巷子不再越来越窄，酒却越来越香。”

第三步【回答】大咖公开课

一对一辅导，是干货更是鼓励

四名商界大咖为相同领域平安普惠用户答疑解惑，一问一答中，更能高效学习到经营真知。



张泉灵对话烘焙店女老板，解答：“为什么中国小微企业的寿命只有 2.5 年”

<http://v.163.com/static/3/VF03S2HOE.html>

褚一斌对话猕猴桃农户，直言：“农民兄弟，你自己就是网红”

<http://v.163.com/static/3/VK0O59M8K.html>

李小鹏帮助互联网创业者厘清：“对初创企业最重要的三件事”

<http://v.163.com/static/3/VF0DN1608.html>

冯琪尧对服装零售老板倾囊相授：“新零售这条赛道应该如何拼杀”

<http://v.163.com/static/3/VK12HKHCL.html>

第四步【扩散】

经营秘诀 CUT，一句话就是一节课

除了完整对话的呈现，还将大咖经营理念高度浓缩成 15s 金句视频及图片，高效点醒 1050 微营家，高密度知识在社交网络广为流传。

“人”，如何管理

“大学毕业后选择回家种植玉米，成立了一个种植合作社，随着规模扩大，内部也经常出现一些分歧，但我总是处理不好。为什么一个十多人的团队，管理起来那么难，要怎样才能管理好团队？”

1050微营家

“对农创企业管理而言，最关键的还是对人的管理。想要管理好人，首先需要理解他们，尤其是直接与农产品打交道的农户，并通过合理高效的人力资源系统，把管理层与最前农户的信息误差做到最小。”

褚一斌

“和朋友合开了一家公司，但朋友不怎么会上网，我可以教，能够放心地让他们接触东西。但是其他招聘的人怕会后跑路，我该怎么留住好员工？”

1050微营家

“好员工的离去并非突如其来。相反，他们对工作的兴趣是逐渐消耗殆尽的。要留住顶尖人才，小微企业主必须做到以下4个点：一、制定合理的公司制度。无规矩不成方圆，但要注意宽松适度，过于严苛的制度很容易把员工逼走。二、赏罚分明。如果丝毫不处罚表现差的员工，会影响其他员工的积极性；而适当地表扬表现好的员工，可以令员工感受到你对他的重视。这样才可以在公司内形成一种积极健康的工作氛围。三、关心员工。自古留人先留心，一个充满人情味的领导，能让整个团队的关系更加和谐。四、展现公司的发展蓝图。对于优秀员工而言，公司美好的发展前景与不断提升的企业价值，会让他们对自己的工作充满自豪，更愿意努力。”

小雷

“钱”，如何解决

“我家祖上三代都是种番茄的，但因为品质一直不稳定，考虑了很久，决定引进一些新技术看能不能提高番茄的品质和成果的品质稳定性，但是这需要不小的资金投入，该怎么办？”

1050微营家

“如今，国家的各种扶持补贴政策能够给农户带来很大的外力协助。除此之外，农户们可以找一些类似平安普惠“惠农贷”这类的产品，寻求资金上的帮助。另外，果农要保持品质稳定，除了种植环节严格要求，还需要有一个标准化的品控管理流程。”

褚一斌

“父母在老家创业，开了一家洗衣店，之前运营得都不错，直到前几天一家比较大的连锁洗衣店开在我们店的附近，生意受影响的程度很大。面对对方的价格战，我该怎么办？”

1050微营家

“遇到对手打价格战，比较糟的做法就是卖得更便宜，因为市场上永远有人可以比你更低价。面对价格战，首先要想清楚价格与价值的关系，深入了解顾客为什么愿意支付我们这个价格；我们应该做的是如何提高我们的价值，并且聚焦核心顾客，提供真正需要的服务。让我们的价格物有所值。这是我们应对价格战最好的策略。”

小雷

“在一个旅游城市开了一家民宿，生意马马虎虎。大家都说民宿新零售将成为新一轮带网红。但对新零售不太熟悉，转型新零售会遇到什么难题，大概可以提前预判吗？还有多少资金支持也是我担心的地方，有什么好的解决办法吗？”

1050微营家

“目前，新零售的难点我认为有：一、数据分析和精准消费者管理。可以通过专业的团队对数据进行分析，精准消费者真正的需求，才能精准地为消费者提供产品和服务；二、企业各部门的协同；三、线上线下的数据打通。但对于“1050微营家”而言，前期的数据打通需要一些前期资金投入，可能会造成一定的成本负担，这时候可以选择平安普惠这类信任的机构帮忙解决资金问题。”

冯琪尧

“事”，从何下手

“已经数不清是第几次开店了。一路跌跌撞撞，身边的店铺倒闭的倒闭，转行的转行。都说实体店需要转型新零售，新零售的市场真的有那么好吗？”

1050微营家

“就今天的零售环境而言，不论是线下的零售企业，还是线上的零售企业都不容易。作为线下的零售企业，随着线上出现的很多新零售品牌，他们的市场份额的不断地在被蚕食，而线上的零售企业，他们的红利随着流量的分散，也遇到了一些瓶颈。在目前的市场环境，新零售可能是一个比较好的解决方案。它能够帮助我们线下零售企业的运营的效率，也能帮助线上的企业完整消费者的体验，从而帮助企业真正地创造更多用户价值。”

冯琪尧

“下定决心扩大果园的规模，但我又担心自己没经验，做不好。想问问各位大咖，扩大规模，我需要注意什么问题？”

1050微营家

“扩大规模必须具备一定的基础。大量生产产品的同时，销售也要跟上。提前做好规划很重要，比如如何选择人力？怎么做营销？怎么建立销售渠道？做好一个完整的规划了以后，再去找到相应的资金。可以找平安普惠这类正规的机构，寻求资金上的帮助。”

褚一斌

“开店做了2年服装，生意全靠街坊邻居支持，网上都说我们这些店要转型新零售才行，但我不知道该怎么做才转型，而且我还来得及，有可能吗？”

1050微营家

“关于转型新零售，我们可以从人、货、场三个角度着手分析。首先，人，即企业的工作人员。小微企业的工作人员必须变得更加专业，更精准地回应消费者需求，从而创造更多的产品和服务；其次，货，即产品，它占据着核心地位。“1050微营家”要在自己的领域里，找到一种具有差异性的产品，并把这个产品做到极致；最后，场，即场景。作为小微企业，一定要搞清楚，自己不可能服务所有的消费者，一定要把自己的消费者定义得非常清晰，再根据目标消费者的需求，为其量身创造更多的场景，让他们更加满意。”

冯琪尧

营销效果与市场反馈

本次活动收集到 1050 微营家提问 **102587** 条；公开课视频播放量 **1094 万次**

截至 2019 年,平安普惠已累计为超过 **1100 万**小微企业主和个体工商户为主的普惠金融人群提供借款服务,小微企业占比超过 50%,其中 90%为“1050”人群。

这样的实践,极大保障了社会经济血液的通畅,尤其是让城市基层、城乡结合部、农村地区最活跃的经济末梢得到了足量供血,充分释放了活力。