

银联跨境返现卡项目事件营销

广告主:银联所属行业:金融

执行时间: 2019.11.21-12.26

参选类别:话题营销类

营销背景

银联于今年7月推出银联跨境返现卡,已有一定市场占有率,在年末出境游旺期实施一场兼具话题及流量的事件营销;集中事件引爆跨圈层传播形成银联返现强关联。

营销目标

提升中国银联品牌知名度,突显跨境返现卡"高端、时尚、返现"的品牌元素,将银联塑造为境外消费第一品牌。

策略与创意

一位契合度高、影响力强的**社会名人**做流量入口,一场与产品和名人紧密相关的整合性**事件营销**为主内容,形成年末针对"联跨境返现卡"的集中声量爆发。

To 商业银行,调动**商业银行的积极性**,主动参与到话题讨论,实现发卡行资源充分利用、集中引流。

To 一般消费者,以名人影响力引发社会各圈层关注,形成"出境就刷李现同款银联跨境返现卡"的共识。

微博平台——【话题集中发酵】

中国银联&中国银联 95516、官方微博、名人微博、发卡银行官方微博、娱乐、旅行、金融 KOL...

微信平台——【刺激熟人传播】

中国银联&中国银联 95516、官方微信、发卡银行官方微信,娱乐、金融微信 KOL......

抖音平台——【持卡人教育】

中国银联&中国银联 95516、官方抖音/发卡银行官方抖音,段子手、剧情类、微信 KOL......

户外广告——【大面积曝光】

北上广深核心大屏、境内外千余楼宇、高铁、地铁、机场、发卡行网点展示......



执行过程/媒体表现





【路透视频/图片】李现刚刚现身日本,即引发社交媒体刷屏式讨论。 【5 位娱乐微博 KOL 宣传助力】





【官宣】中国银联正式官宣, 李现成为银联跨境返现卡大使, 成为各行年度最热内容。

【5 位娱乐微博 KOL 宣传助力】

【15 秒悬念视频、预告视频】

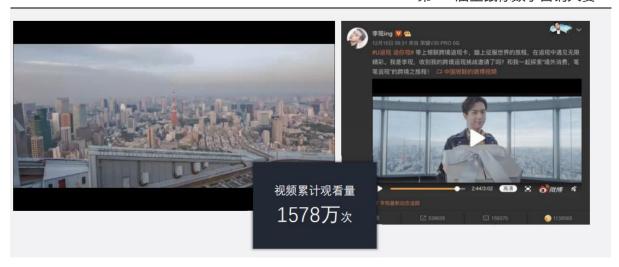
【平面物料】3 张 KV+2 张花絮海报



【明星挑战正片】

【@李现 ing 直发视频】

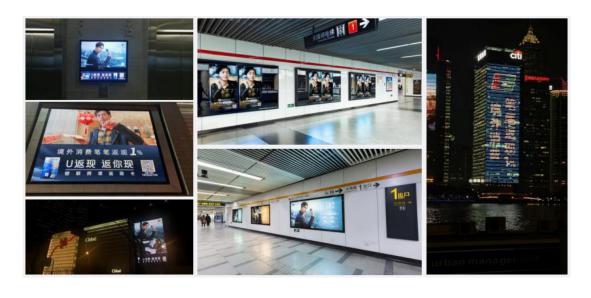




【#李现 银联跨境返现卡#热搜】 【持卡人话题内正向反馈】 【微博热搜话题页】



【线下户外大屏、地铁、楼宇投放】





【发"现"一小时】银联 Big Day 向全民发起 N+核心大屏打卡号召。 【多组趣味内容】以轻互动科普,充分撬动持卡人积极性,并进行软性产品教育。



【PR】200+新闻媒体同步发声,将"李现银联跨境返现卡"关键词逐级打穿!



【西五街】时尚、旅游类博主集体种草银联跨境返现卡!





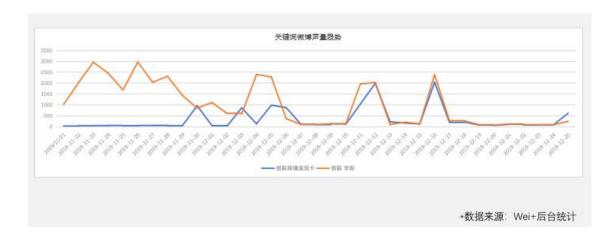
营销效果与市场反馈

截止 12 月 31 日,线上总曝光量近 9 亿,240 万人次在微博平台自发传播跨境返现卡内容。

#李现 银联跨境返现卡#及#U 返现 返你现#一举成为社交热词。

微博数据统计:

关键词: "银联跨境返现卡"、"李现银联"经由此役,在微博端声量暴增。







触达人群分析:参与话题讨论的人群以广东、江苏、北京、海外、上海为主,精准触达跨境返现卡目标消费者。

