

大都会人寿保险代理人招募

- ◆ 所属行业：金融
- ◆ 执行时间：2019.06.20-06.23
- ◆ 参选类别：大数据营销类

- *背景介绍*

我国保险行业起步晚，市场还没有饱和，新型保险公司层出不穷，具有无限的发展潜力，而老牌保险公司经历完过渡阶段，体系趋向于成熟，并且拥有一大批忠实客户，在保险市场上拥有强大的竞争力。大都会人寿作为老牌保险公司中的佼佼者，自1995年进入中国以来，不断扩大市场份额，为数以百万计的个人和企业客户提供创新的服务和解决方案，以帮助客户建立财务自主。

- *整体目标或阶段目标*

增加品牌曝光和覆盖量，提升品牌形象。

TA人群概况



- 80后和90后年轻有为男女
- 行动力强、有梦想、有创业激情
- 目标管理意识强、追求卓越、积极主动、学习力强
- 其他行业内相对较优秀人士
- 中等及以上收入的人群
- 追求收入、工作成就感、家庭工作平衡、社会尊重和认可

TA人群归纳及兴趣取向

目标人群



属性

- 高端商务人士
- 拥有较好的收入和经济情况

- 具有挑战意识, 追求自我超越
- 希望通过努力提升自身阶层

- 具有行业专业知识
- 有良好职场素质

兴趣倾向

商务出行

- 高铁
- 飞机
- 商务酒店

新闻资讯

- 金融信息
- 社会新闻
- 国际新闻

创业信息

- 创业比赛
- 品牌加盟
- 联合办公

国内新闻

- 行业环境
- 国家政策
- 经济趋势

行业资讯

- 数据报告
- 政策调整
- 领军公司

职业培训

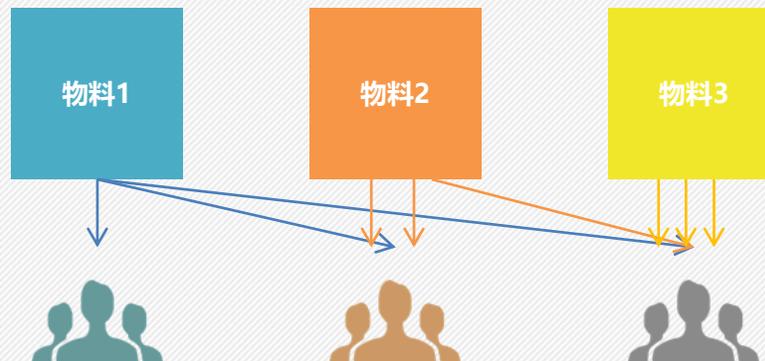
- 网络课程
- 考证指导
- 技术进修

/ 根据本次多套物料投放需求使用**创意轮播**技术，实现创意的平均分发 /

常规物料投放

易形成重复曝光，
资源浪费

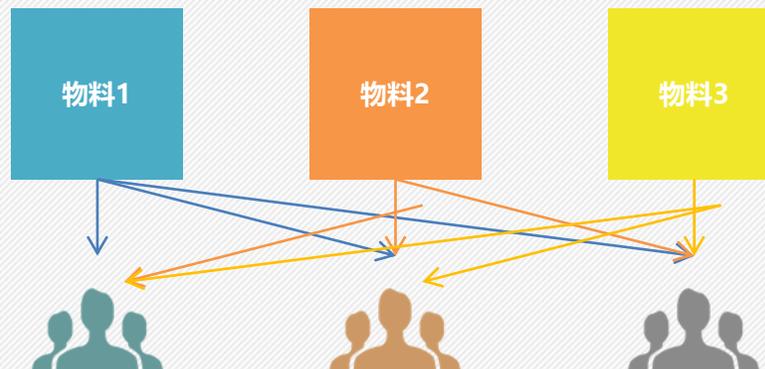
物料投放前未进行统
筹管理，对目标人群
随机曝光，会出现重
复曝光的情况



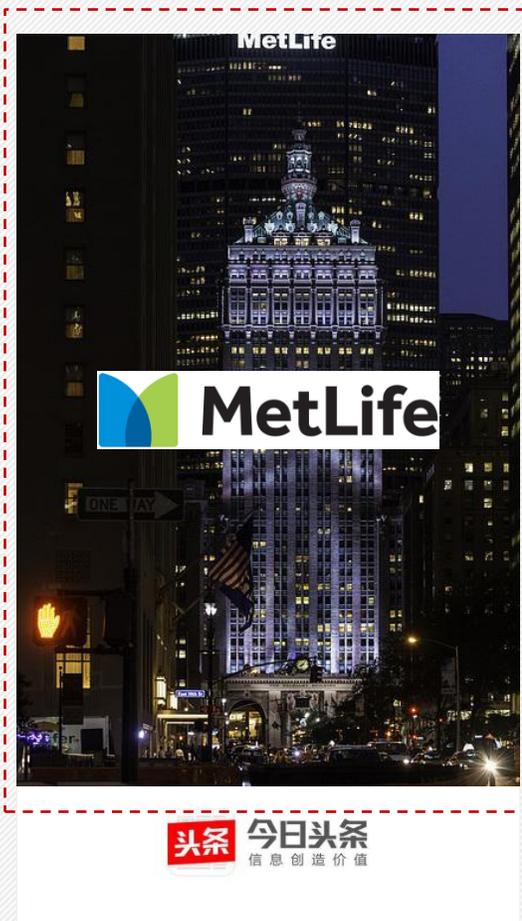
Across创意轮播

不同创意均能触达受众

在物料投放前进行创意
轮播设定，让每个受众
均能看到本次多种物料，
维持新鲜感



此次选择PMP头部媒体的开屏大图形式，以提高品牌的可信度。



开屏/信息流 广告展示曝光

点击跳转到落地H5或官网

- 本次投放周期为2天，曝光、点击均超出KPI，投放效果超预期；尤其CTR表现突出，可见用户对广告很感兴趣，广告效果很好；在严格频控下，频次在6次以内的曝光占99.8%，频控效果优秀，达成更多覆盖。
- 此次选择PMP头部媒体的开屏大图形式，以提高品牌的可信度；从优异的CTR表现来看，TA人群比较精准。
- 从投放结果来看，因为地域不同，人群使用媒体差异，导致不同的地域的广告点击率表现略有波动，且均高于预期点击率，表现情况较为出色。

本次投放稳定，KPI均已超额完成，曝光完成率为**100.72%**，点击完成率为**105.69%**

本次投放总共覆盖了478,309个uv。

频次在三次以内的uv占比为92.28%。

在6次曝光1次点击的严格频控下，达到覆盖了更多受众的目的