



Top  
Mobile  
Awards

# “我的客栈我的style” 交通银行合作案

- ◆ 广告主：交通银行
- ◆ 所属行业：金融行业
- ◆ 执行时间：2018.12.01-12.08
- ◆ 参选类别：互动体验类



- 交通银行推出“优贷通”、“惠抵贷”、“线上税融通”等线上融资类产品，为小微企业融资提供优质高效、快速融通的金融服务
- 交通银行作为热门综艺《亲爱的客栈》第二季的赞助商，可将产品推广与综艺IP捆绑推广

基于此，交行拟发布一款游戏H5



**围绕产品特点进行推广传播**



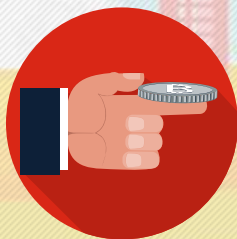
## 面临的挑战

如何最大化借助IP资源捆绑品牌？

如何抓准受众痛点深度契合受众需求场景？

如何制造传播爆点消除营销阻力推动转化？

## 推广策略



### 强 捆 绑

#### 《亲爱的客栈2》 植入品牌DNA

《亲爱的客栈》第一季播出后，成为慢综艺节目里的领头羊，累计了一批忠实观众，为第二季奠定了海量粉丝基础。交行作为第二季赞助方，使H5与综艺形成强关联，将综艺忠实粉丝转化为品牌忠实顾客，从而提升品牌资产。



### 引 共 鸣

#### 经营扩张场景 紧抓痛点

目标用户富有野心，对于公司采用大胆派发展战略，渴望将商业版图进行进一步扩张。对于他们“经营扩张”是其普遍心理期待，H5中无论是故事主线还是游戏玩法，都紧贴用户需求，引发用户情感共振。



### 强 互 动

#### 游戏H5 最大化调动用户热情

H5穿插客栈故事，用户在H5中参与测试、布置房间等不同的互动玩法，从而推动故事的发展。游戏情节紧凑，互动性强，最大程度提升了用户的参与度。

## 我的客栈 我的Style

# 我的客栈我的Style



**H5玩法介绍:** 本H5以小微企业主为目标群体，深入洞察这一群体扩张经营实际需求。围绕该需求，H5以主人公在第二季取景地（阿尔山）开客栈分店的设想到实现的故事为主线，由玩家代入角色通过贷款产品测试、趣味测试、房间布置等推进故事进展，其中软性植入了**优贷通、惠抵贷、线上税融通**几类贷款产品，并根据用户在测试中选择的贷款产品生成附有客栈日志的定制海报。用户可将海报分享到朋友圈，或者通过转跳按钮进一步了解植入产品。最后用户可通过助力方式获得相应礼品。

# 游戏H5互动亮点



角色紧贴亲爱的客栈特色，互动H5中融入产品特点并软性植入品牌形象



场景&问题穿插，情节环环相扣使H5更具互动性



游戏H5设置自主装扮环节，增强互动H5趣味性



生成专属的客栈style海报，便于用户自发传播

## 游戏 H5 互动亮点



用户在游戏后点击助力榜可随时查看自身排名，同时“客栈日志”融入交通银行产品特色



用户分享链接后可邀请朋友参与助力赢取奖品



提取产品特点制作问题，产品问题紧扣情节软性传播产品信息



产品植入场景根据不同角色而变化，使其更具趣味性



## 传播规划

全面曝光 抢占关注

**H 5 发布日**

12.01

- 交行官宣
- 话题上线
- 话题热搜套装

跨界圈层 持续深化

**深化期**

12.02-12.08

**12.04**

- KOL助力传播

**12.06**

- KOL深化推广 (@鞭鞭于白水)

**全程推广**

- 新浪新闻APP黄金信息流
- 新浪财经APP头条首页信息流
- #玩游戏见爱豆#





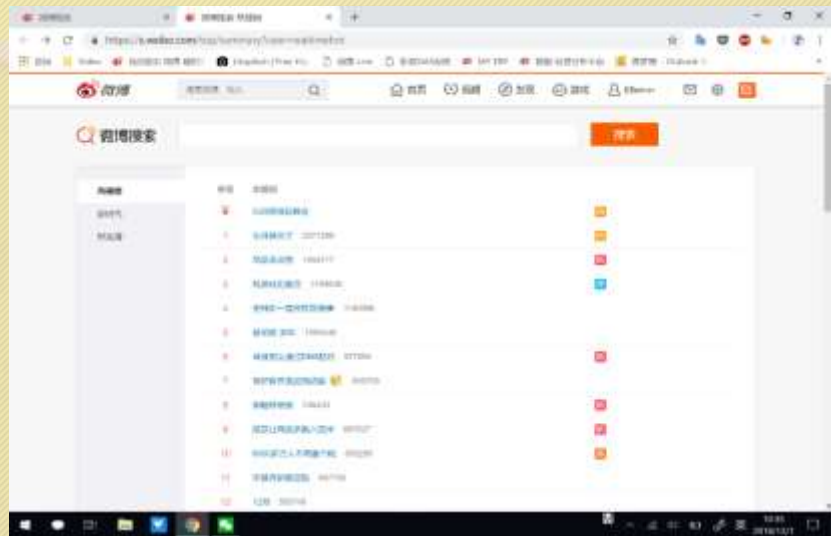
# #玩游戏见爱豆#

话题同步上线引导用户参与游戏H5

以奖品利益点引发用户关注话题，并形成话题点传播，  
吸引更多用户参与游戏

## 微博话题

PC端+移动端黄金资源强势推广话题，助力话题快速扩散，打造#玩游戏见爱豆#声量阵地



# 微博话题

话题页面全面体现交通银行品牌权益，持续深化用户认知与印象

微博话题  
头图定制

微博头像定制

微博导语植入

官方微博置顶



官微推荐  
席位一席

PC端高级话题权益

移动端高级话题权益

微博话题  
头图定制

微博导语植入

banner  
硬广权益露出

官方微博置顶



# K O L 传 播

旅游+娱乐跨界KOL持续圈层不同用户，共同助力H5传播最大化

**旅游约吗**   +关注

9分钟前 来自 微博weibo.com

#玩游戏见爱豆##亲爱的客栈##微博之夜#快来参加交通银行举办的“开客栈赢好礼”活动  [网页链接](#)，完成游戏分享最终页面，邀请好友关注@交通银行 微博，为你高级助力！就有机会去到微博之夜现场，更有交通银行110周年纪念金券、搜狐视频月卡等你来拿~ @亲爱的客栈@微博之夜

@交通银行  

#玩游戏见爱豆##亲爱的客栈# 群星微博之夜门票、交通银行110周年纪念金券、搜狐视频月卡等你来拿！[点开链接](#)  [网页链接](#)开客栈即有机会赢取上述礼物，与爱豆见面的机会千万不要错过！



12月1日 10:24 来自 iPhone客户端 7

粉丝量 917万

**毒舌小疯子**   +关注

5分钟前 来自 微博weibo.com

#玩游戏见爱豆##亲爱的客栈##微博之夜#快来参加交通银行举办的“开客栈赢好礼”活动  [网页链接](#)，完成游戏分享最终页面，邀请好友关注@交通银行 微博，为你高级助力！就有机会去到微博之夜现场，更有交通银行110周年纪念金券、搜狐视频月卡等你来拿~ @亲爱的客栈@微博之夜

@交通银行  

#玩游戏见爱豆##亲爱的客栈# 群星微博之夜门票、交通银行110周年纪念金券、搜狐视频月卡等你来拿！[点开链接](#)  [网页链接](#)开客栈即有机会赢取上述礼物，与爱豆见面的机会千万不要错过！



12月1日 10:24 来自 iPhone客户端 5

粉丝量 581万

# K O L 传 播

影视KOL跨界传播辐射不同用户，共同助力H5传播最大化

**影视大魔王** 10分钟前 来自 微博weibo.com

#玩游戏见爱豆##亲爱的客栈##微博之夜#快来参加交通银行举办的“开客栈赢好礼”活动 [网页链接](#)，完成游戏分享最终页面，邀请好友关注@交通银行 微博，为你高级助力！就有机会去到微博之夜现场，更有交通银行110周年纪念金券、搜狐视频月卡等你来拿~ @亲爱的客栈 @微博之夜

@交通银行 [网页链接](#)

#玩游戏见爱豆##亲爱的客栈# 群星微博之夜门票、交通银行110周年纪念金券、搜狐视频月卡等你来拿！点开链接 [网页链接](#)开客栈即有机会赢取上述礼物，与爱豆见面的机会千万不要错过！



12月1日 10:24 来自 iPhone客户端

粉丝量 825万

**鞭鞭于白水** 今天 10:00 来自 微博weibo.com

#玩游戏见爱豆##亲爱的客栈##微博之夜#快来参加交通银行举办的“开客栈赢好礼”活动 [网页链接](#)，完成游戏分享最终页面，邀请好友关注@交通银行 微博，为你高级助力！就有机会去到微博之夜现场，更有交通银行110周年纪念金券、搜狐视频月卡等你来拿~ @亲爱的客栈 @微博之夜

@交通银行 [网页链接](#)

#玩游戏见爱豆##亲爱的客栈# 群星微博之夜门票、交通银行110周年纪念金券、搜狐视频月卡等你来拿！点开链接 [网页链接](#)开客栈即有机会赢取上述礼物，与爱豆见面的机会千万不要错过！



12月1日 10:24 来自 iPhone客户端

粉丝量 375万

## K O L 传 播

官微传播互动H5，快速扩散吸引更多用户参与互动



粉丝量  
1699万

# 资源推广

门户黄金资源精准触达目标人群



## 游戏参与度高



游戏H5参与人数: **24684**

参与高级助力人数: **20176**

参与普通助力人数: **11870**

生成海报分享数量: **12685**



# 话题关注度高



## #玩游戏见爱豆#

话题引发用户参与讨论 & 围观，最大化传播 H5

**5849.8** 万+

话题阅读量

**15000**

话题讨论量

## 用户自发参与

借助游戏奖品引发用户兴趣并积极参与游戏，优质UGC形成二次传播



活动声量大

我的客栈  
我的Style

总曝光量：

总点击量：

46,341,691

296,883

