

中宏保险 x NBA中国 “越投入 越精彩” 营销战役

- ◆ 广告主：中宏保险
- ◆ 所属行业：金融行业
- ◆ 执行时间：2019.06.28-08.28
- ◆ 参选类别：跨界营销类

品牌营销的背景和初衷

背景：

2017年，NBA中国与中宏保险建立长期市场合作伙伴关系。中宏保险成为“NBA 5v5”五人制精英篮球赛的官方寿险合作伙伴。此次合作是NBA中国首次在中国保险领域达成合作伙伴关系，也是中宏保险首度和知名职业体育联盟进行合作。

初衷：

同NBA中国的关系符合公司战略和品牌定位，希望借助NBA的品牌知名度，帮助中宏保险在业界树立全球化的、可信赖的差异化品牌形象，来增加中国消费者对人寿保险和中宏保险品牌的兴趣。

项目目标

品牌目标：提高声量，通过全球知名的NBA IP，让更多人了解及知晓中宏品牌。

业务目标：提供业务员有效工具，传播 NBA 5v5项目，帮助业务进一步拓展。



挑战与困境

困境一：

营销资产同质化。头部IP与品牌的合作方式较为有限，品牌的多样化赞助权益需求往往难以实现。同时头部IP具备了较大流量价值，如何在巨大的巨量用户中间有效的建立中宏的品牌印象及商业潜在客户群，这是一个挑战。

困境二：

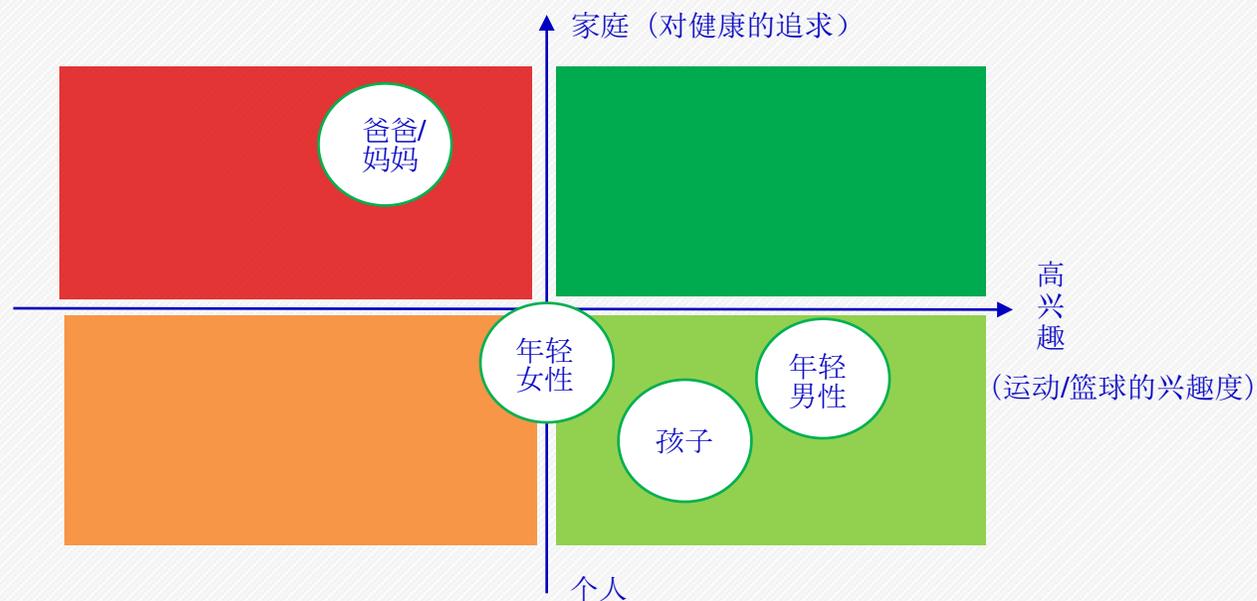
产品差异化不大。保险业经过长足的发展以后，已经进入了产品标准化阶段。健康保险条款必须要设计制订国家标准，通过国家标准来保护消费者的利益，也保护保险公司的利益。这是另一个内容营销上挑战。

困境三：

中宏保险和NBA5v5是战略合作伙伴关系，可我们发现中宏TA对于篮球赛事的吸引力和参与度不高。如何通过创意营销手法提升TA的关注度，提高参与度增加留资，成为我们最大的挑战。

人群洞察

目标人群：



人群洞察：

不同的人群对投入的共通认知(跨人群观察)

真正健康的成果，属于不断投入的人

核心策略

一件被立为flag的篮球赛服：

号码代表它的唯一性

球衣上的名字象征着一种精神

它激励着更多人朝着这个目标

不断投入，赢得更多精彩

在人生的比赛中
每个人内心也有属于自己的

人生赛服，

它是独一无二的

它承载着你的愿景和希望
并鼓励着你不断投入，永不放弃。

在中宏5v5赛事赞助合作中，

球衣也是作为重要的元素，

承载品牌主张。

线上线下载介与内容整合



案例的最大亮点

亮点一：创意层面，用一个视觉化的核心概念将TA需求、NBA5V5赛事以及中宏品牌诉求结合在一起，从而打造一个整合的Campaign。

定制属于你的人生比赛服 向全世界亮出你想要的健康

每个人不断投入追求的健康目标各不相同，

用你的健康目标来

定制属于你的人生比赛服，在人生的每一刻，提醒自己

“比赛尚未结束，自己还需努力”。



案例的最大亮点

亮点二：媒介层面，品牌整合头部媒体资源，精准投放，效果显著。

 ByteDance 字节跳动



超级话题：

#越投入 越精彩#



抖音挑战赛：

#亮出你的健康宣言#

内容共创

Tencent 腾讯



腾讯新闻/朋友圈/广点通：

精准人群投放，触达核心消费者

精准曝光

策略与创意的实施过程

1

召集持续投入
追求健康的你

预热期

2

秀出你的投入
分享你的精彩

引爆期

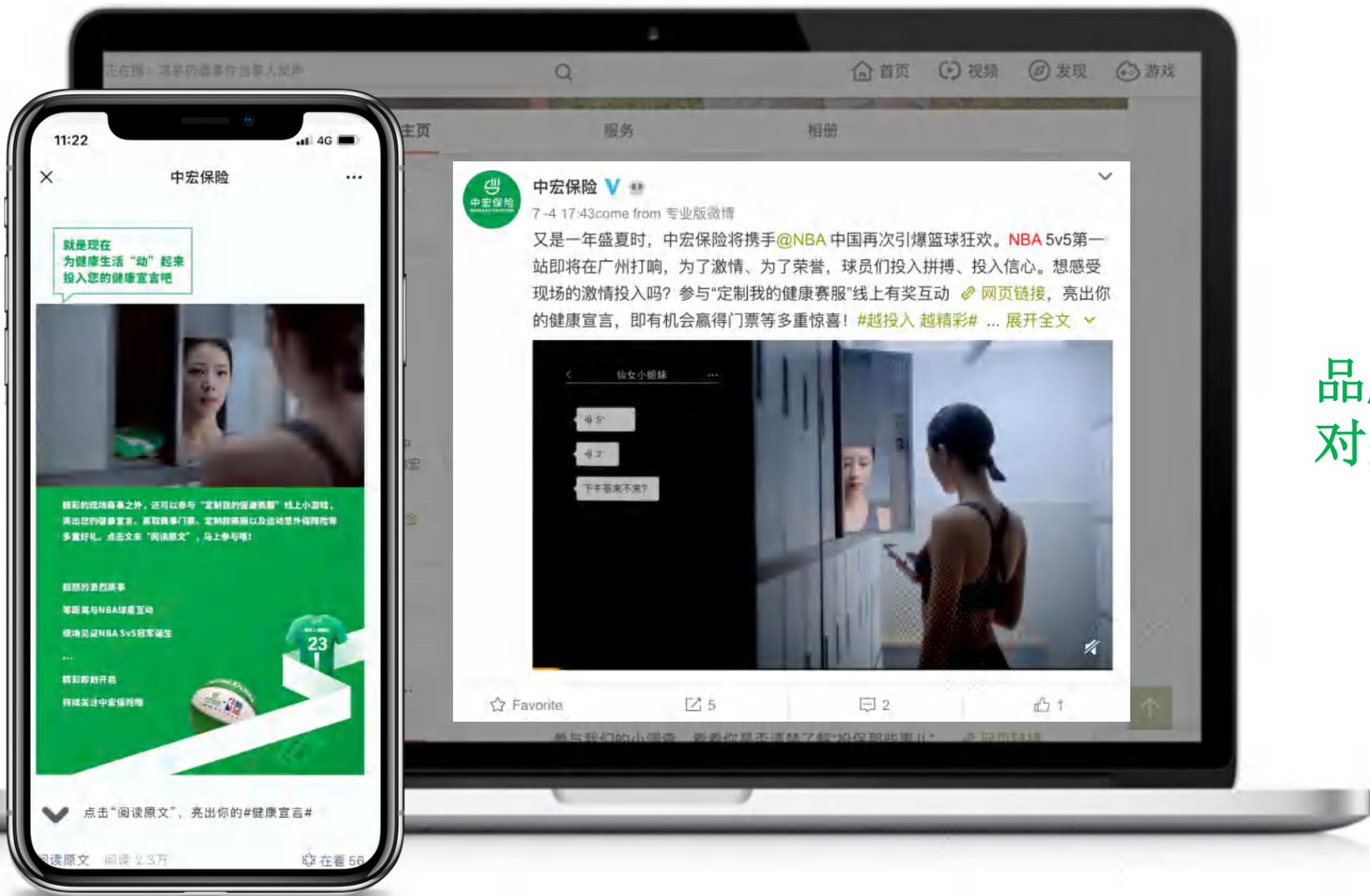
3

用我们的投入
共创精彩

总结期

1

召集持续投入
追求健康的你



品牌通过官方自有渠道
对外发布活动信息



秀出你的投入
分享你的精彩

引爆期传播用户流程



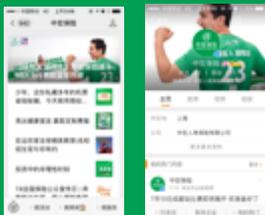
今日头条 中宏微头条
#越投入 越精彩#



抖音 抖音挑战赛
#亮出你的健康宣言#



微信朋友圈/腾讯新闻/广点通
大数据精准广告



中宏官方社交媒体

社交媒体

中宏保险、NBA 5v5官方微信/微博



AWARENESS

PREFERENCE

SHARE

ACTION



吸引用户参与H5互动



线下用户通过扫描二维码，
参与线上H5互动



吸引NBA粉丝和健康强
相关人群参与H5互动



亮出
健康宣言
#



头条

越投入
越精彩
#

中宏保险携抖音，今日头条双端并行，吸引消费者“亮出健康宣言”，#越投入越精彩#



微信朋友圈广告



腾讯新闻信息流



广点通



利用腾讯媒体平台，多维度抓取，精准触达有效人群



用我们的投入
共创精彩

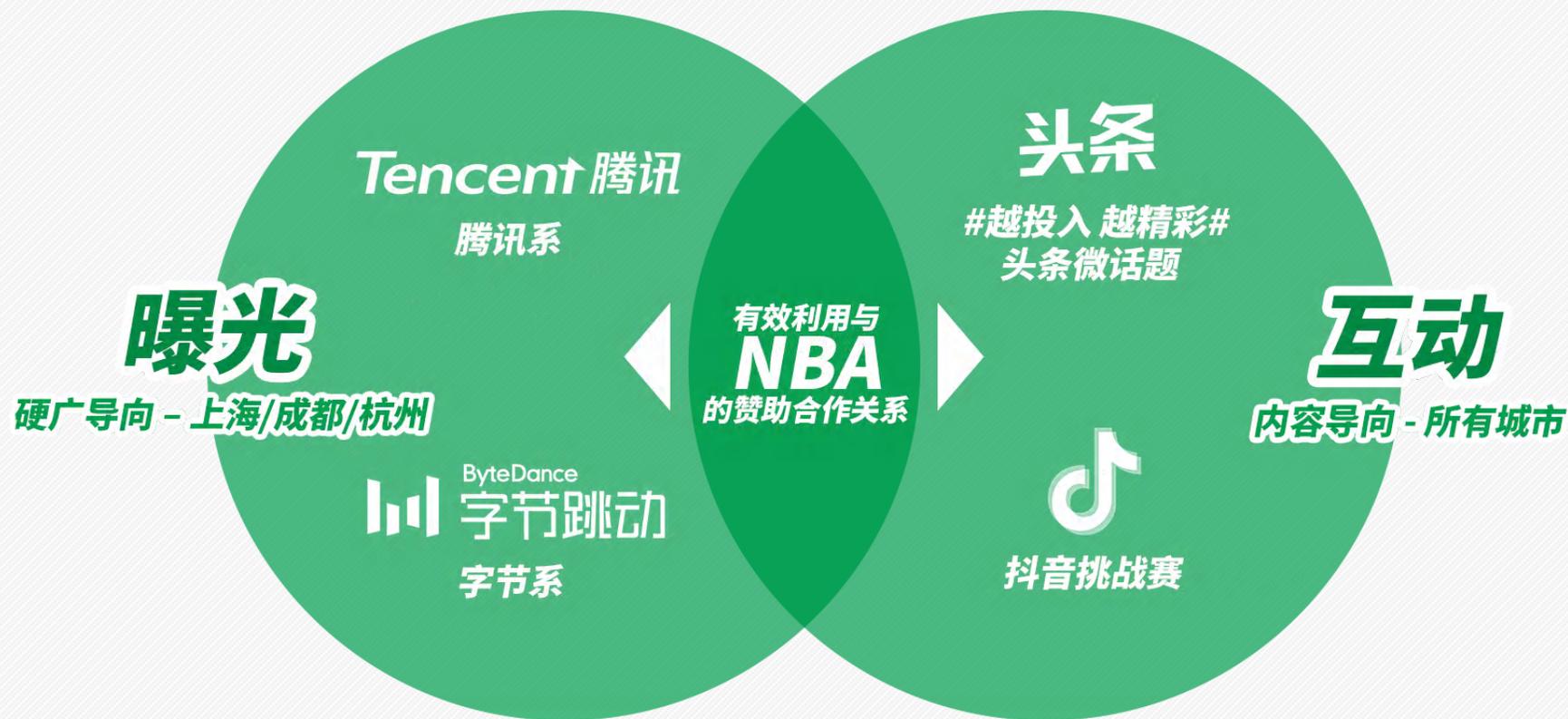


线上内容在大规模曝光、二次传播后逐渐沉淀。



线下实体赛服发送，将“健康宣言”真实的带入消费者生活中。用这个方法将品牌理念传达给消费者。

媒介应用的优化与组合



品牌整合头部媒体资源，多平台联动，精准投放，效果显著

影响力与口碑：受众、客户、媒体、业界专家的反馈与点评。

3:58

中宏保险 X NBA中国：如何利用赛事IP激活整合营销？ | 案例

胖鲸研究所 胖鲸头条 8月17日

保险行业已经进入了高速发展的时期，保险品牌如何更有效的生产和利用赛事IP激活整合营销？

保险行业与头部IP合作的局限与突破

“合作形式简单，合作门槛很高”是普遍在中国这个初级体育营销市场上的既有合作模式。但“简单”并不意味着省心，“高门槛”也不意味着在IP商业化的成熟。

事实上，头部IP与品牌的合作方式较为有限，品牌的多样化赞助权益需求往往难以实现。品牌花了大笔预算投入头部赛事IP，但玩法还仅仅停留在蹭赛事、蹭热点这个层面，营销整合打法的缺失使IP营销的效率低下。



虎扑篮球

上周末，2019由中宏保险助力的首场NBA 5v5已在广州站打响！最终，去年NBA 5v5全国亚军球队的篮世杰青获得了首站赛事的区域冠军。当然，除了8月16日的上海站总决赛，在7-8月，NBA 5v5还将走进成都、沈阳、杭州，三个城市并展区域赛，欢迎热爱篮球的小伙伴们届时到现场为喜欢的队伍打CALL！

今年也是中宏保险与NBA 5v5合作的第三年，在广州赛场，中宏保险带着全新的“MOVE嘉年华”与广大篮球迷来了一场近距离见面会，还有知名NBA球星阿隆·戈登的惊喜互动，能不能说心动呢？一起期待后续的比赛吧~



收藏 转发 评论 10

4:12

中宏保险

机缘巧合认识了中宏，也是机缘巧合让篮球、摄影、中宏这三个字关联在了一起。回想起来守着电视机看CCLV5的日子已经过去了很久了。那时候还是少年时代的我，也在球场上跟一帮男孩子厮混在一起投篮三分，初中时代真是一去不复返，那时的同学也都已成家立业，各自在天涯各地有了自己的生活，青春啊，真是美好~

本身跟中宏也是一直有种难以言喻的缘分。自打开始工作，赚了工资，有了自己的经济支配权之后，经常在无锡成都之间来回跑看展，也曾自诩是个文艺青年，觉得生活中要是缺少了艺术，自然情趣也是减半，光剩下柴米油盐酱醋茶的烟火气，那也太无趣了。什么是生活？什么能让生活增添一些趣味，自然也是离不开人文、体育，体育运动在我看来一直都是属于人文所不可缺少的一部分~

接下来讲讲跟中宏邂逅的起因吧，在一次招聘会上偶然一个职业经理人加了我，后被邀请参加了几次事业说明会。也对中宏的文化和职场所吸引震撼，理想的职场，理想的职业形象，让我更对中宏增添了几分好感，后来自己也是购买了中宏的保险，一切都是顺其自然，水到渠成。感谢今天在这里留言分享自己的心路历程~

发了这么多，最后翻翻牌就着小编辑

感谢我去看现场

业余板球

2019.7.27-7.28

那天的NBA5V5现场氛围超棒，NBA的大球星，小朋友们喜欢的吉祥物，还有那群热情的球队，控球身临其境感超棒的比赛中，太精彩了。这次中宏保险公司跟第三年NBA合作官方赞助商，带来推广活动，把保险带到千家万户！强烈推荐中宏保险！



“跟着推广活动，把保险带到千家万户”

主持人欧阳Webber

感谢中宏保险

虽然嗓子哑了喊不出声[捂脸]但热情不减



“感谢中宏保险”“热情不减”

媒体

媒体

客户

受众

媒体

受众