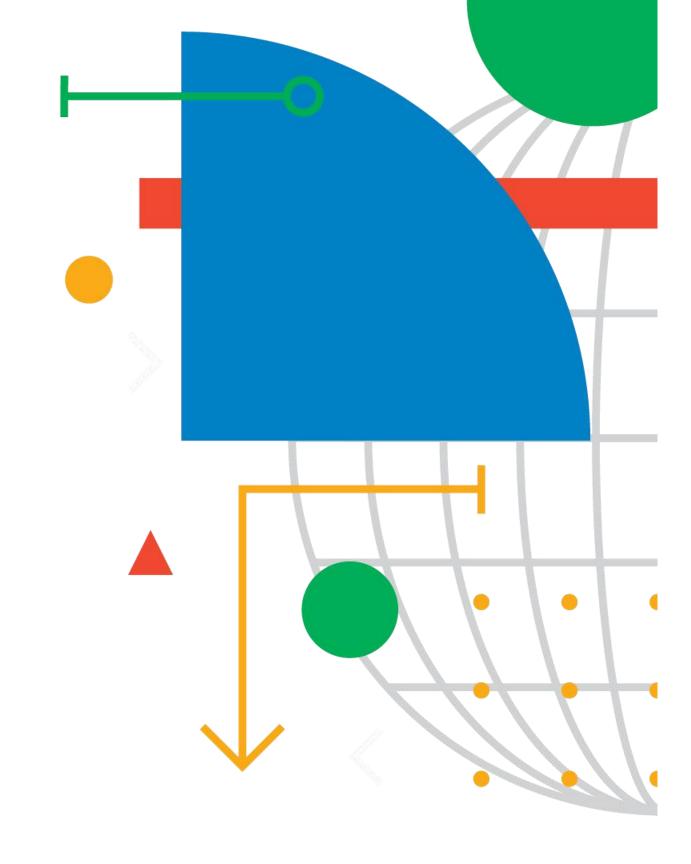
> GDG Zhengzhou

#### DevFest

# 突破品牌的焦虑: 我的10条品牌营销笔记



任师迁 中原消费金融 个人公众号:认识前 ID: pre-known





## 微信公众平台













趣头条

瑞幸咖啡

拼多多





luckin coffee

WBC世界咖啡师大赛 冠军团队精心拼配

没喝过?

我请你!

免费来一杯



## 咖啡市场没有明确的No2





















# 免费

分众电梯广告 朋友圈LBS广告

碰瓷星巴克



## 有奖问答:

这么会玩的小蓝杯,总部在哪里?





# 郑州没有互联网?



#### 部分二线城市知名互联网企业

武汉: 小米、斗鱼

成都:王者荣耀、锤子、果小美、百词斩、Camera360

厦门:神州优车、瑞幸咖啡、美图

合肥: 科大讯飞

南京: 苏宁易购、途牛

### 过去两年做了什么

从O到1做了一款消费金融产品

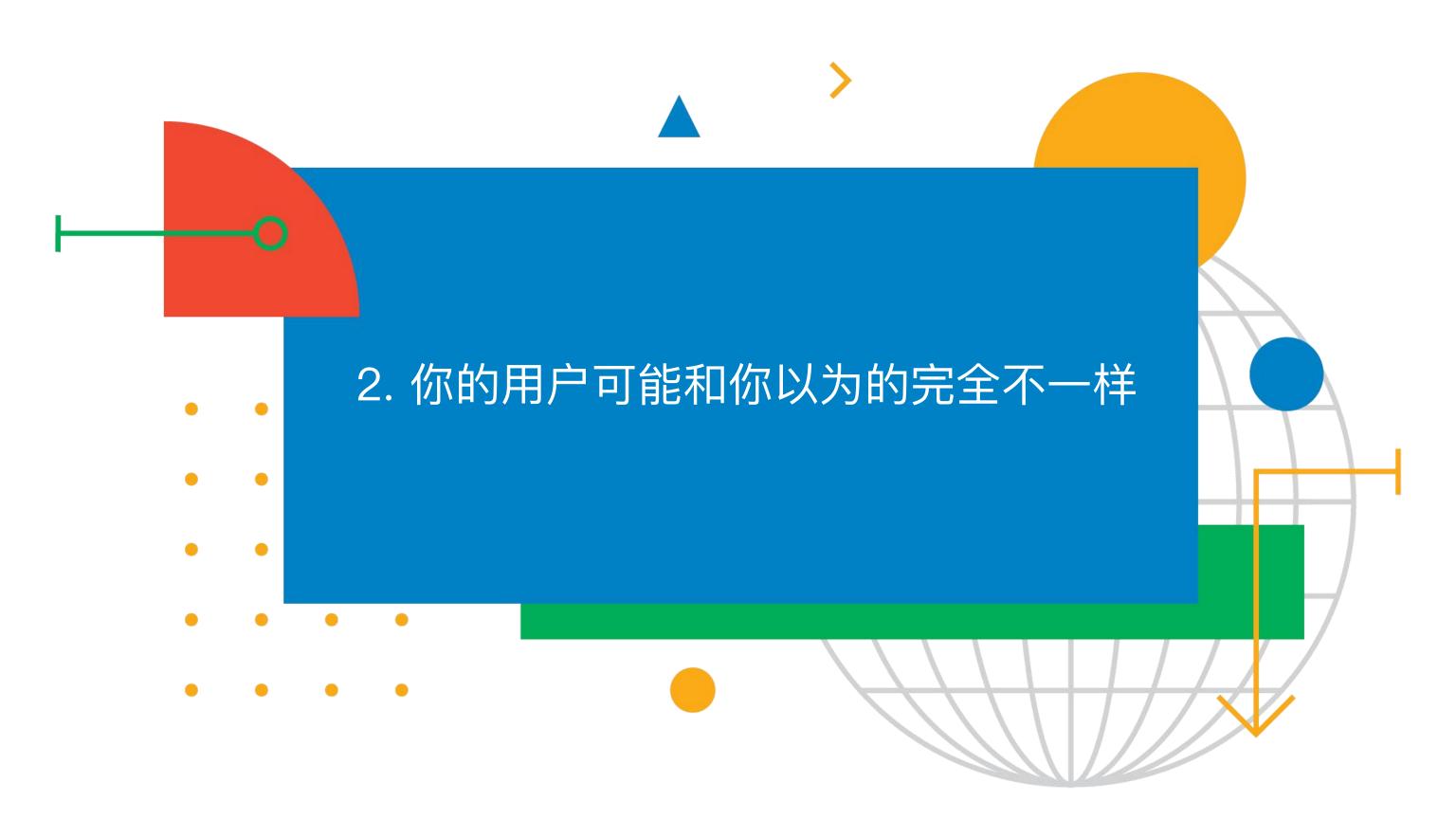
APPStore 财务榜 Top100 艾瑞APP排行榜 消费信贷榜 Top10 易观千帆APP排行榜 总榜Top1000 累计下载量1000万 注册用户900万 实名用户600万 月活300万

产品累计放款220亿 放款客户197万 91%的客户来自河南省外









## 在线金融信贷产品的两种视角

#### 公司视角

我的用户协议写的很详细

银行做背书,安全

最高20万额度

利率低至万3

用户资质不好, 不予授信

#### 用户视角

我信任你才不看协议直接点同意

互联网巨头和银行一样安全

2万就够了,太高了不敢用

不会算利息,按1000块用一个月的成本计算

平台实力不行,1000块都不借给我











小雪 5337 ₩16

伊人浅笑醉云州 采集到 一十四节与\*节日



小雪 □ 222 ♥ 26

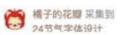
小刻的褶子 采集到 空体 サポ





小雪

5 372 ♥ 14





小雪

5 323 ₩ 26



yuan点ix 采集到 有年



小雪 □ 537 ♥ 34



5 338 ₩ 22

-小逐精-采集到 追繼於會撤經塞



小雪 5 218 ₩ 19

小时候可帅了~ 采集到









小雪 5 269 W 24







小雪 □ 322 ♥ 39

(\*) 被迷糊 采集到 有每海绵



于小雪 5271 ₩6





yuan点bx 采集到

5 212 ₩ 24



5343 ₩24





5 223 ♥ 31







品牌营销,

赌的就是用户的主动转发率



#### 主动分享更好的自己: 社交货币

你所分享的内容就像衣服、皮包一样,是人们判断你身份的直接依据,所以你会选择让自己看起来聪明有趣的事情,而不是相反。

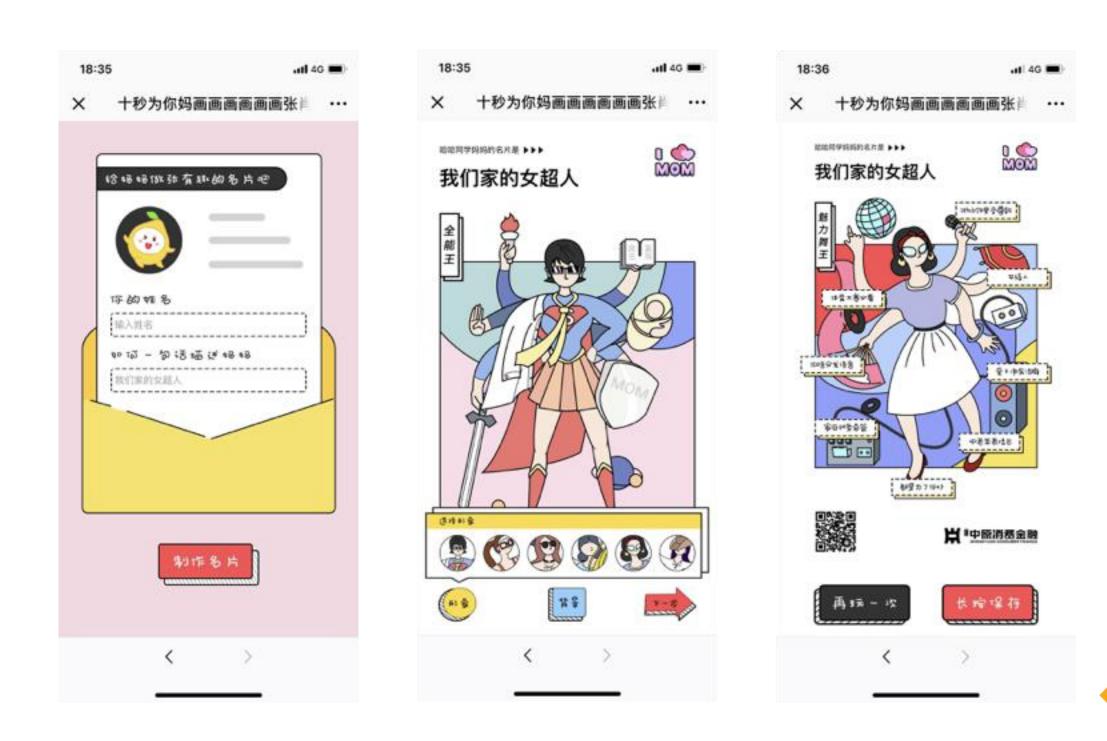


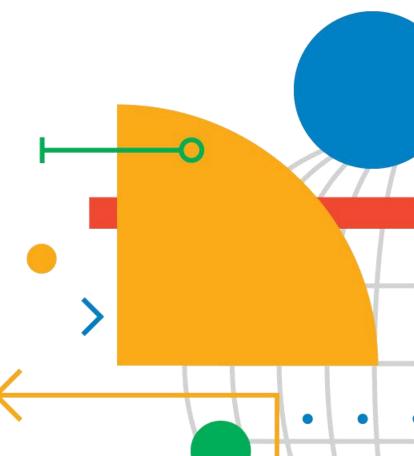
# 利他分享: 实用性



"喝凉水的 10 个危害"









19:50 ...**.** ... **○** ...

### 100%中奖! 中原消费金融幸运大转盘送豪礼, 嬴iPhone7大奖!

中原银行 2017-07-27



中原银行

中原人自己的银行

为回馈广大用户 长久以来的支持 值此夏暑之际 我们正式宣布

#### 100%中奖

#### 幸运大转盘

#### 抽奖活动

今日开启



19:52 .... **☆ ■** ...

#### 100%中奖! 中原消费金融又来送 奖品了, 这次是iPhone8!

中原银行 2017-11-09





19:53 ...**.** .... **....** ....

#### 免费竞猜世界杯,赢C罗签名球 衣、华为P20!

中原银行 6月21日



世界杯激战到今天, 各组剧情在电视内外轮番上演, 爆冷的、黑马的、违背历史规律的...... 被称为"最冷世界杯", 也不是没道理。

毕竟,谁能想到——

上届世界杯四强战队 冠军德国输得干净利落 亚军阿根廷被冰岛干平了 季军荷兰干脆就没来世界杯 第四名巴西又被瑞士逼平了





# 圈层固化与社交茧房



今日头条推送给你喜欢的新闻

抖音推送给你喜欢的短视频

淘宝推荐你喜欢的商品

美团推荐合你口味的外卖

网易云音乐推荐你喜欢的音乐

携程推荐你喜欢的酒店并加价...

每个人都形成了自己的生活圈和信息茧房





刷屏1.0: 央视

刷屏2.0: 朋友圈

刷屏3.0:?



## 从打透一个媒体,到打透一个群体



执行策略:针对同一人群传达单一信息,以不同内容,在不同场景下重复覆盖。

- 1. 沟通单一信息: 如在所有媒介组合都沟通"安全"这一个点, 不断重复;
- 2. 重复单一人群:识别客群的触媒习惯,制造认知穹顶,对同一客群有3个以上有效媒介触达;
- 3. 品牌内容协同: 同一个信息在不同媒体环境下延展不同形式的内容,使内容与媒体形成有机配合,媒体与媒体之间形成协同,如: 都打"安全"这一个点,在分众和户外广告做告知,用TVC引共鸣,在网络综艺带话题,有了话题讲故事,在朋友圈、头条做互动并转化。





年轻人的第一台电视?

二手车行业领导品牌?

哪个品牌的电动车更高端?

哪个品牌的奶粉更适合中国宝宝?

学挖掘机哪家强?



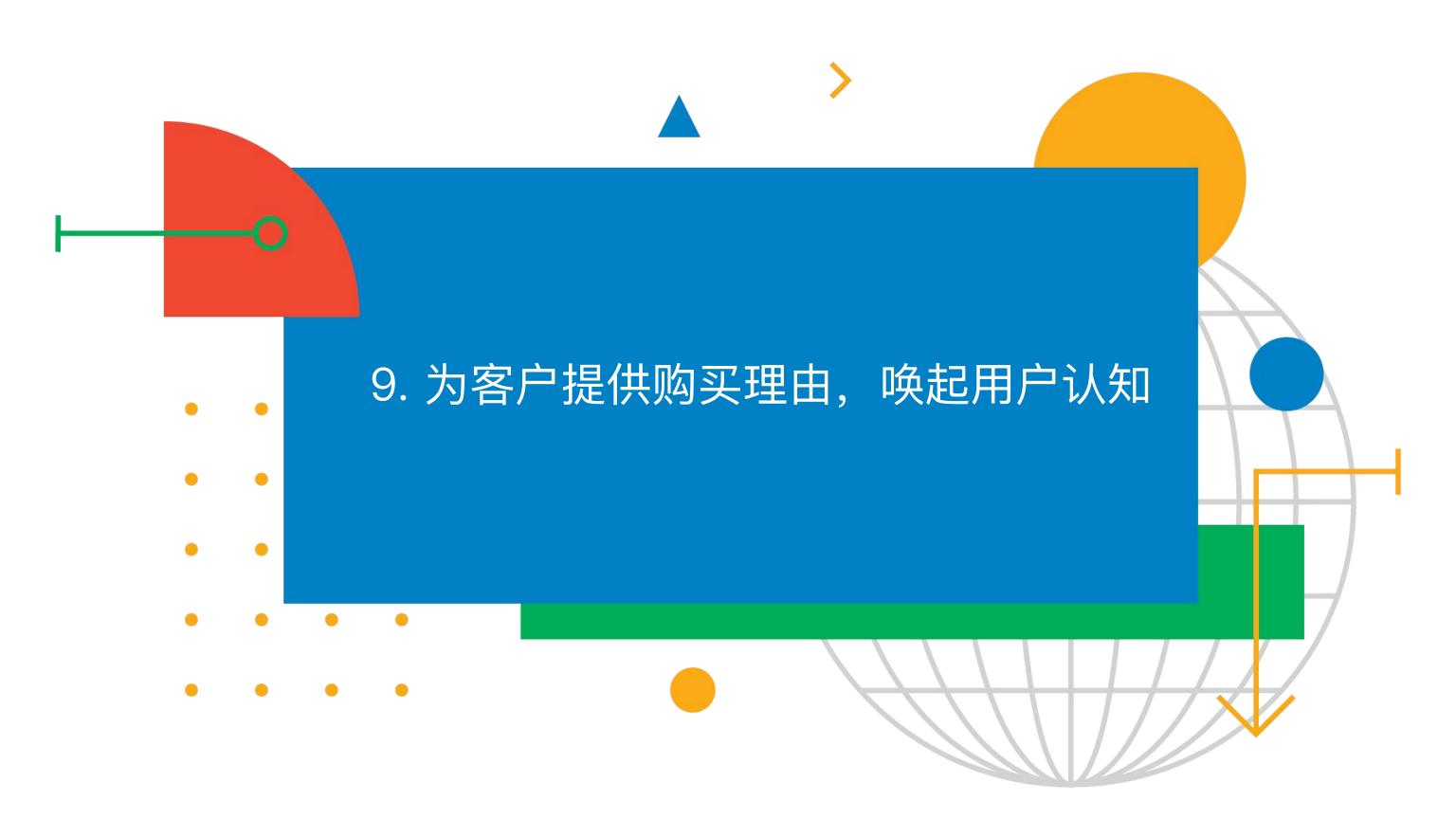
















# 















