

平安银行张阿姨小剧场 《人类搞钱简史》

- ◆ **品牌名称：**平安银行股份有限公司
- ◆ **所属行业：**金融保险行业
- ◆ **执行时间：**2022.08.17
- ◆ **参选类别：**短视频营销类

结案视频



<https://www.zhichengbona.com/archives/7059>

项目背景和目标：

金融知识复杂难懂，理财产品条款太多，软件功能复庞杂冗乱.....如何让用户对这些内容搞得懂、看得明、理得清，便成为了金融行业营销推广中的重要一环，而这，也是能够直击用户痛点，实现用户转化的关键所在。

《张阿姨小剧场-人类搞钱简史》的目标，就是要通过诙谐幽默的演绎，实现“一个场景+一个案例+一个段子=一个金融知识点”来更好的触达客户，占领用户心智，以出圈的IP形象带来商业效益的转换。



洞察和策略：

目前手机的运行内存越来越大，让包括手机银行在内的几乎所有APP的功能越做越强大，同时却越来越复杂。现在一款手机银行软件功能，在用户看来，往往就是两个字：难懂。这与平安“让生活更简单”的理念背道而驰。

平安口袋银行的6.0版本更新，想告诉客户更新的目的不是升级了“炫酷”的功能，而是创造更了省心、省时、省钱的简单服务体验。



媒介与执行：

在平安口袋银行6.0更新之际，创意从「钱」出发，从搞钱1.0的以物换物，到搞钱5.0的手机银行，组成一部有趣又不乏知识性《人类搞钱简史》。通过描绘人类金融交易的历史演进之路，将APP的升级推向人类金融交易更新迭代的高度。前面用大篇幅铺垫金融交易复杂性，最后只传达一个核心信息——平安口袋银行6.0 “省钱·省时·省心，简单一点”。

此外，通过善用中国平安各个官方账号资源，并与知名KOL、行业媒体网站的合作，如广告门、KOL姜茶茶、新片场、数英网等，在社交平台上发布与《人类搞钱简史》相关的话题、文章、视频等内容，利用主流视频平台、社交媒体、短视频等多种媒介渠道，进一步扩大品牌的影响力。

效果及反馈：

预估网曝量已经达到千万，并意外荣获广告协会/TVCBOOK/新片场佳片推荐，在业界广受赞誉，甚至得到了银保监局的认同。

