交通银行《沃德财富说》

- **品牌名称：**《沃德财富说》
- **所属行业：**金融
- **执行时间：**2022.12.23-2023.03.31
- **参选类别：**内容营销类

背景&目标

项目背景

用户投资理财意识增强，但理财知识匮乏

随着全民理财意识的不断增强，人们对于投资理财的需求也日益增加。然而，许多人仍然缺乏足够的投资理财知识，导致他们在金融市场中面临风险。为了满足广大公众的投资理财需求，喜马拉雅与交通银行决定联合打造一档投资理财类节目，旨在普及金融知识，提高投资者的理财素养。

项目背景

金融知识普及，交行沃德财富品牌借势推广，增强用户对开门红活动关注

1. 金融知识普及：该节目将以生动、易懂的方式介绍投资理财的基本概念、原则和技巧，帮助听众更好地了解金融市场，减少投资风险，通过投资理财知识学习，提升整体金融素养水平。

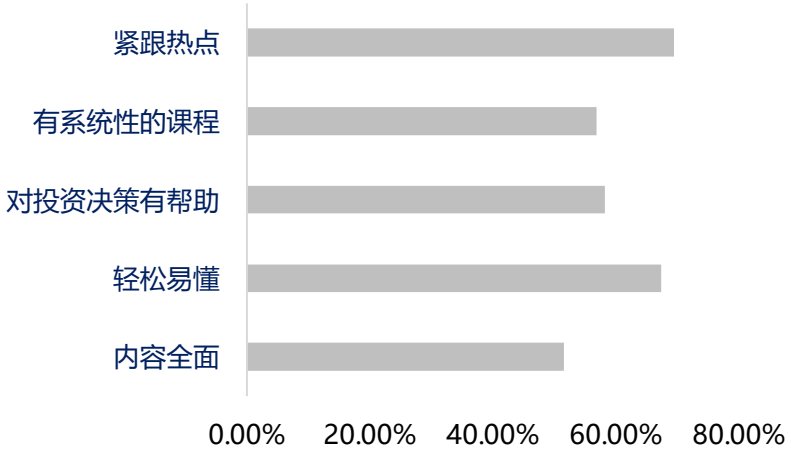
2. 交通银行沃德财富品牌推广：交通银行沃德财富通过这档节目向广大听众展示其沃德财富品牌的优势和特点，增强品牌影响力，吸引更多潜在客户对交行开门红活动的关注。

用户洞察：投资理财意识增强，利用碎片化时间学习

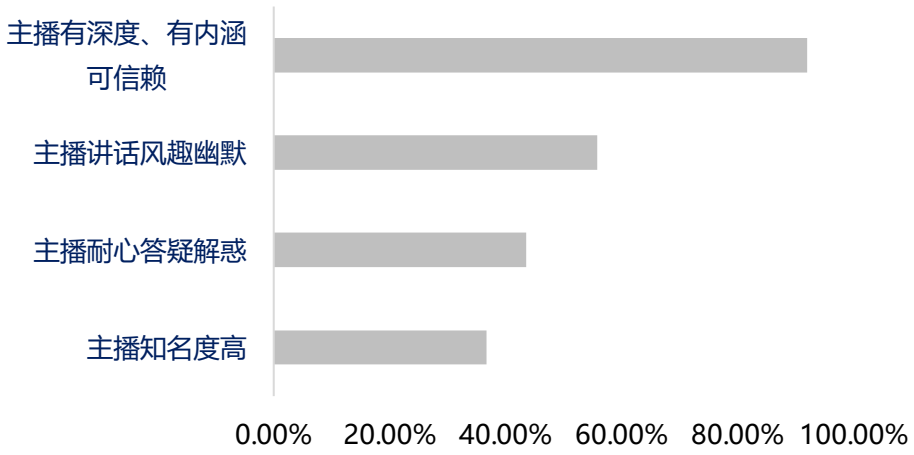
大众财产保值增值的意识已经觉醒，越来越多人开始利用业余时间学习理财知识。针对用户学习时间不固定，学习场地有限制等痛点，互联网理财投教平台再次赢得用户青睐。

海量用户在喜马拉雅通过音频的形式学习投资理财知识

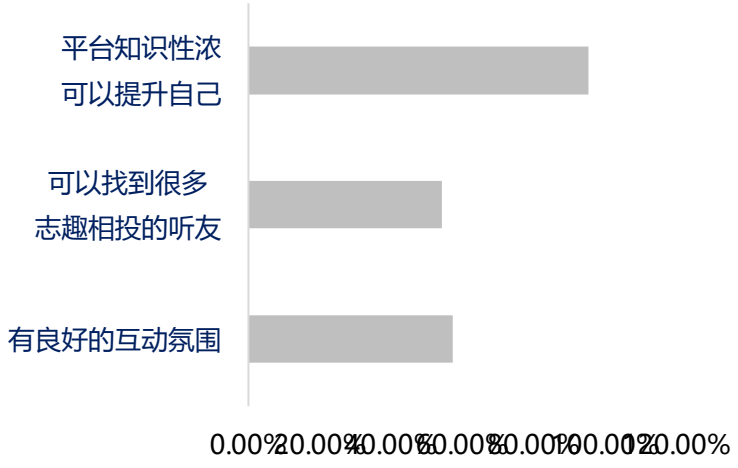
认可喜马拉雅投资理财内容



认可平台主播大咖的专业度



认可平台知识性的氛围



数据来源：喜马拉雅数据中心-2022喜马拉雅投资理财用户报告

核心策略：借势喜马拉雅音频内容营销的优势，普及金融知识的同时传递交行“开门红”系列活动

节目定制《沃得财富说》

从关乎用户生活的热点话题出发，以提升财富管理能力为目的，囊括养老金政策解读、年终奖合理规划建议、理财优选产品推荐、福利活动介绍等。

围绕交行相关业务以及“开门红”活动打造的15期内容，为交通银行打造营销场景，建立与目标用户持续沟通的“引力场”。

提升目标用户对交行相关业务的了解

吸引目标用户对交行“开门红”相关活动的关注

项目亮点：从“内容创新+形式创新+传播创新”提高项目整体影响力

内容创新

通过内容的形式加深目标用户的理解，带动对“开门红”相关活动的关注；

形式创新

在内容合作中融合大咖节目定制，借助大咖影响力带动定制内容的热度；

传播创新

融合线上、线下宣推资源，极大程度覆盖目标用户宣传定制内容及活动；

内容创新：通过内容的形式加深目标用户的理解，带动对“开门红”相关活动的关注

节目内容

上班族养老相关话题打造融入交行“个人养老金”业务推广

《普通上班族，老了如何更从容？》 → **“个人养老金业务”** 推广

买黄金热相关现象融入交行“沃德金”业务推广

《全球央行狂买黄金，咱们普通人要配置吗？》 → **“沃德金”** 业务推广

从老年人防骗热点出发融入“交通银行微银行”推广

《专坑老年人的金融诈骗，不得不防！》 → **“交通银行微银行”** 业务推广

形式创新：在内容合作中融合大咖节目定制，借助大咖影响力带动定制内容的热度

马红漫

著名财经主持人

财经评论家

定制主题 **《马红漫：在2023，填充自己的价值、事业、亲情账户》**

播放量 **155.2万**

节目内容好评如潮

听友380835631

马老师能多说几期吗？听不够

参l鉴馆

价值投资，还得听马老师的，不能自己随心所欲

妖女小唯歌

财经马红漫的忠实粉丝，马老师总是很客观

听友379955791

马红漫老师区别于其他人，是注重长期投资的

Chat_Live

马老师早上好，这是你在喜马拉雅里面的唯一一条可以评论的音频，我关注您大概有大半年了吧我。您平时分享的一些。信息啊，对我来讲非常有用，尤其是你的价值观非常正，这给我的嗯，非常多的一些启发和引导。然后我现在也是在通过应聘的方式向我身边的小伙伴去分享一些比较好的投资理念，也希望在未来的道路上有马老师的陪伴，能够越做越好，带来给身边伙伴们更多的思考和进步！

媒介&执行：融合线上、线下宣推资源，极大程度覆盖目标用户宣传定制内容及活动

开门红相关活动宣推

定制内容宣传推广（线上+线下）

优质硬广资源宣传开门红相关活动及业务

线上

商财频道焦点图
商财频道弹屏
首页焦点图
开机大图
等资源推广

线下

山东、河南、江西、四川、辽宁、安徽、浙江、北京等地区客运站点显示屏推广

媒介&执行：喜马拉雅高流量硬广资源对定制内容宣传推广

客户端 MAU 交薪通 沃德优选 MAU-2 零贷 消保 新市民 养老

MAU 客户端 MAU-2 沃德优选 养老 商财频道焦点图 小说频道焦点图

媒介&执行：城市客运站电子屏宣传定制节目，提高站外影响力

安阳汽车站

河南鹤壁市汽车客运总站

注：以上为部分截图
投放时间：2023年3月中旬至2023年3月底
投放地区：山东、河南、江西、四川、辽宁、安徽、浙江、北京等地区客运站点显示屏

高曝光 广覆盖

内外部联合宣发曝光量达到1.18亿频次+，播放量达到375万+

平均单期节目播放量>25万

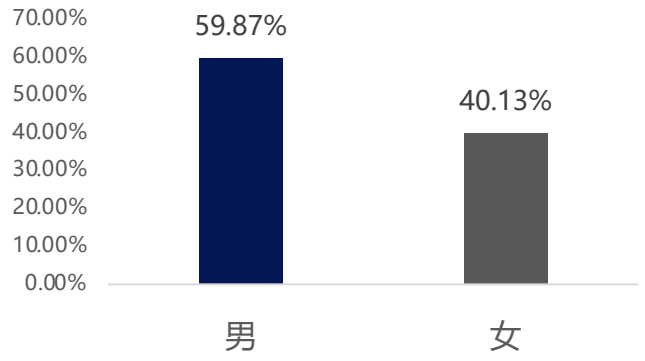
远超同类型内容（平均单期节目播放量>10万为优质内容）

高效输出 多维覆盖

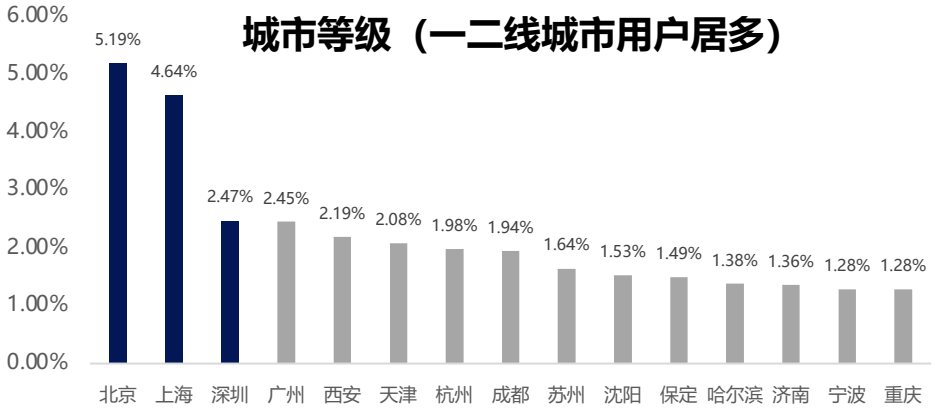
交通银行开门红信息高效传达给用户

用户触达：节目内容实现了主流投资人群以及潜在投资人群的覆盖

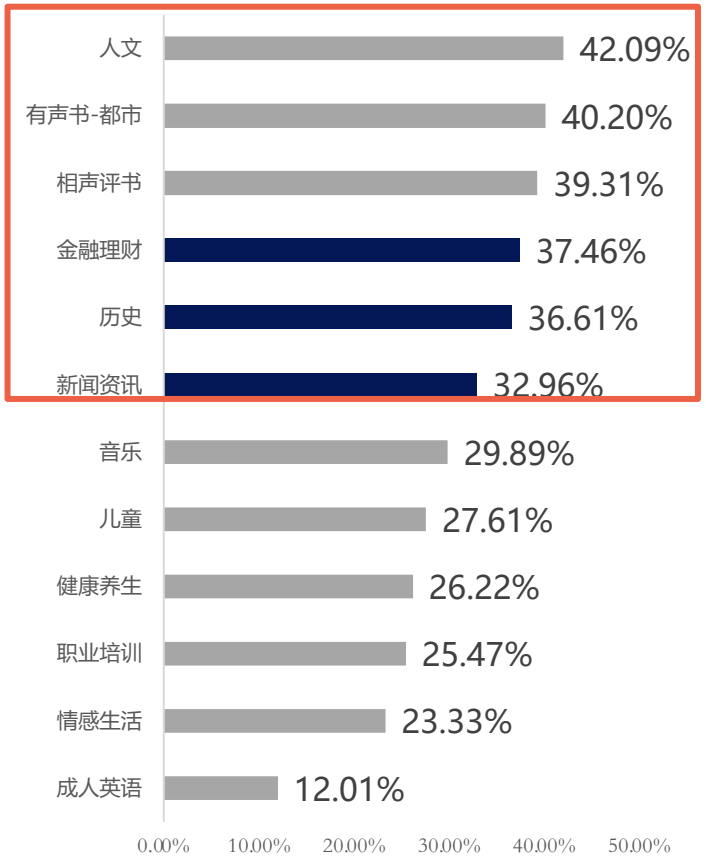
性别（男性略多）



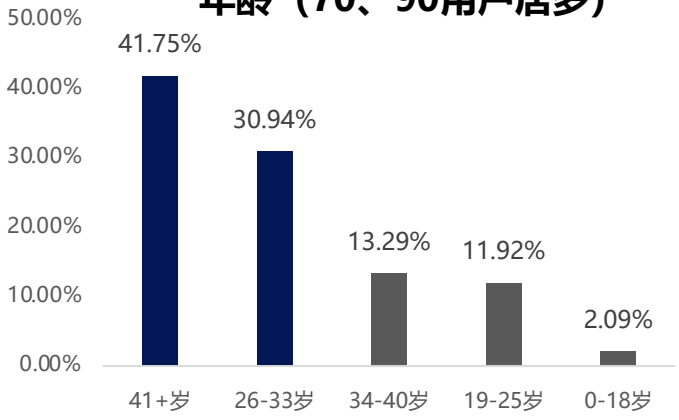
城市等级（一二线城市用户居多）



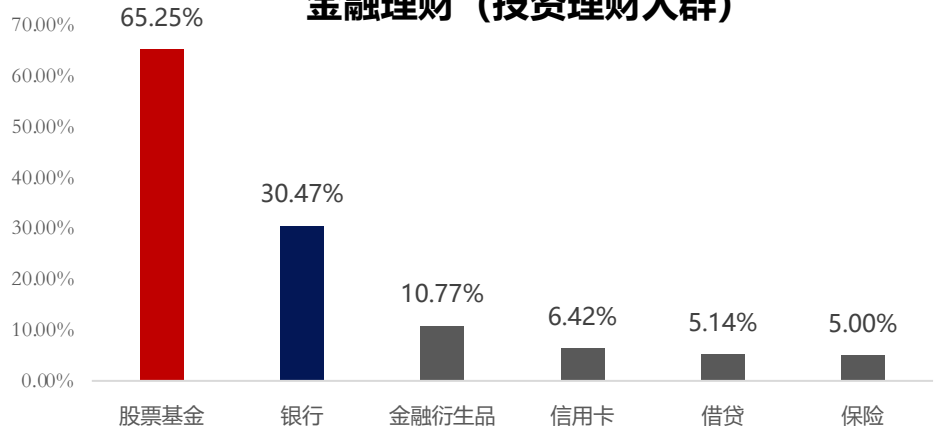
收听兴趣（触达泛金融人群）



年龄（70、90用户居多）



金融理财（投资理财人群）



节目评价：节目内容好评如潮，进一步提升了交行开门红的影响力，带动对产品的关注

奇异的五色梅o

真好，让家里老人都来听节目，关注一下

灰色11

这期节目太重要了，给家里长辈好好听听

听友416759705

交行可以！为打工人的薪酬增值，添砖加瓦！

消夏的荷邂

给我启发了，我也想每个月有盈余啊！

听友411564657

“活期盈”是个好东西，也不会觉得难

听友398291563

听君一席话，豁然开朗，对自己的投资有了新概念

主播李小一音

听了节目，我对我的盈余有了新的规划

六一姐姐61芒

这档节目对我很有帮助，让我认清现实

ningningcomeon饭

听这期节目，不知不觉眼角挂泪了