

我们都是追新人

长沙银行27周年新人【颁奖礼】

- ◆ 品牌名称：长沙银行
- ◆ 所属行业：金融行业
- ◆ 执行时间：2024.04.20-05.30
- ◆ 参选类别：整合营销类

● 背景&目标

2024年全国两会，发展【新】质生产力
提振信心，推动经济回升向好，赋能千行百业，打造新优势

湖南锚定三高四新的美好蓝图
担当中部崛起建设现代化【新】湖南
长沙向【新】出发，面向全球打造全球研发中心城市

长沙银行迎27周年之际，站在新十年战略的“新”起点
面相目标用户，如何打响品牌传播第一枪？



面向客户的传播，不是品牌的自嗨；
既要与客户产生情感共振，又要侧重品业的融合！

我们 需要

- ① **输出一个核心概念。**
让客户有兴趣、有好感、有参与感
- ② **直接关联营销卖点。**
让客户在关注过程中快速接受业务信息

人们都希望生活里有新转机

TA们是初出茅庐的超新星

面对生活的挑战，有这无畏的勇气
以满腔的热情与坚定的步伐

开启属于他们璀璨的【新】时代



TA们是跨越年龄界限的新梦想家

即使是上了年纪从未放弃他的马拉松梦
坚持不懈向前奔跑，踏出了新的力量与决心

刷【新】自己的极限



TA们是方寸格子间的新奋斗者

在数字与算法的丛林之中大冒险
凭着热爱与执着，他们越发坚韧

让e钱庄App7.0成功上【新】



我们都是追新人

长沙银行27周年新人【颁奖礼】

✓ “向新” → “追新”，更有体感：

与客户、业务卖点连接，更接地气、更客户语言，提高客户对内容的关注度，对“新”更有体感；

✓ “客户节” → “颁奖【礼】”，更有参与感：

客户节的促销性质软化，与客户情感关联，更有参与感。

传播主题



#我们都是追新人#



聚合优势宣推资源，通过一支品牌视频+一组平面+一场快闪

将长沙银行27年时光具象成一个个锐意进取的“新”瞬间，深化品牌与用户价值共鸣



造话题（品牌视频）

通过展现不同人群在追新路上的故事，奖赏他们生活中的小骄傲



引共鸣（系列平面）

追「新」系列人物故事精准投放于当地用户生活场景，多端口入侵用户心智



强互动（快闪互动）

“品牌快闪店”，吸引行内员工与用户纷纷打卡分享，助推话题扩散。

媒介&执行

我们都是追「新」人 长沙银行27周年新人【颁奖礼】

1套品牌宣传稿 用【追新】动作打透6大业务场景



视频链接: <https://mp.weixin.qq.com/s/kdvJOPtZR0G0MYkEzVhn5w>

● 媒介&执行

以系列模式展现不同群体的生活故事，引发共情
并围绕当地用户生活轨迹开展线上线下精准覆盖，打造全城讨论热点



媒介&执行

打造一场追新快闪线下体验，犒赏每一个会追「新」的你



效果&反馈



截至目前为止，我们都是追新人

视频播放量已达 **560W** 收获全民网友点赞量 **10W+**

100+ 家当地媒体网站对相关报道进行了转载

线下广告曝光总量超 **200W** 次 线下活动参与人次 **1W+**