

| 众安门诊险&小红书品牌营销

- ◆ 品牌名称：众安门诊险
- ◆ 所属行业：金融类
- ◆ 执行时间：2024.08.1-08.31
- ◆ 参选类别：金融类

项目背景&目标

众安保险是中国首家互联网保险公司，"互联网+保险"基因深厚

- 中国互联网财险领军企业，市场份额连续多年稳居第一；
- 近年来互联网保费收入不断上升，众安保险在互联网财险领域具有领先优势；
- 众安保险目标受众为高收入、高学历、高线城市人群，通过线上渠道购买保险的比例更高，更关注产品的性价比。

众安保险-门诊险

本次将小红书作为品牌8月营销的主要阵地，探索高价值渠道，通过不同维度内容媒介，去打造有价值的品牌声音。

而要在小红书平台，打造一个既接地气，又有高信任度、高调性的金融业品牌，成为本次众安好医保门诊险需要攻克的难题。

项目背景&目标

众安保险是中国首家互联网保险公司，"互联网+保险"基因深厚

- 中国互联网财险领军企业，市场份额连续多年稳居第一；
- 近年来互联网保费收入不断上升，众安保险在互联网财险领域具有领先优势；
- 众安保险目标受众为高收入、高学历、高线城市人群，通过线上渠道购买保险的比例更高，更关注产品的性价比。

众安保险-门诊险

本次将小红书作为品牌8月营销的主要阵地，探索高价值渠道，通过不同维度内容媒介，去打造有价值的品牌声音。

而要在小红书平台，打造一个既接地气，又有高信任度、高调性的金融业品牌，成为本次众安好医保门诊险需要攻克的难题。

核心策略



众安门诊险将应用场景日常化设定为博主内容的输出要点，以此触达粉丝群体。这样的方式能够突出产品的广泛应用特性以及便捷性优势，进而有效提升品牌形象。通过将产品与日常生活场景紧密结合，使粉丝更容易理解产品的价值和用途，增强品牌与用户之间的连接和共鸣。

同时，借助博主的影响力和传播力，扩大品牌的曝光度和认知度，为品牌的发展和市场拓展奠定坚实基础。

核心策略

亮点1:

通过不同类型博主从自身实际情况拓展多场景引入话题，多角度散发触达粉丝。

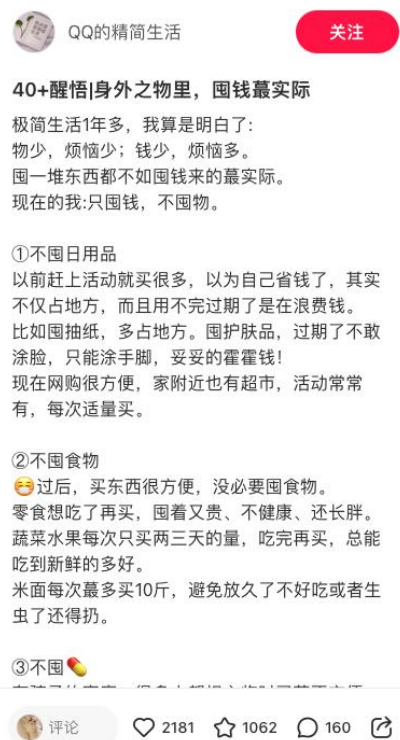
类型	场景提炼	达人类型	目标人群
医保医疗科普分享	医保、社保科普-社会性关注话题	职场类、科普类、生活类	职场人群
		职场类、科普类、生活类	职场人群
	医疗行业人士科普-医生、护士等	医学类 (医生、护士、医学生、医疗行业从业者)	泛人群
		医学类 (医生、护士、医学生、医疗行业从业者)	泛人群
生活话题	旅行、大出行场景	旅游博主	年轻人/驴友
	美食探店场景	美食博主	美食向
	生活成本开源节流	生活vlog、职场博主	职场人群、泛人群
		生活vlog博主	
	换季流行病话题，感冒，过敏等	生活vlog博主、母婴博主	育儿人群、泛人群
		职场、医生博主	泛人群
就医体验痛点	生活场景 小病就医体验	白领打工人	职场人群
	问诊生活经验分享	白领打工人	
	生活场景 小病就医体验	独居白领、养娃家庭	

核心策略

亮点2:

铁粉策略与博主资深关联事件结合

众安保险



提出结合产品卖点和博主之前的真实经历，引导出最佳的内容场景。

例如，针对宝妈 / 自由职业者，探讨如何花小钱、省大钱；

例如，结合之前博主受伤的内容，深度体现未到住院程度时医保无法报销的情况以及复查经历，使内容更加真实可信，能引起目标用户的共鸣。

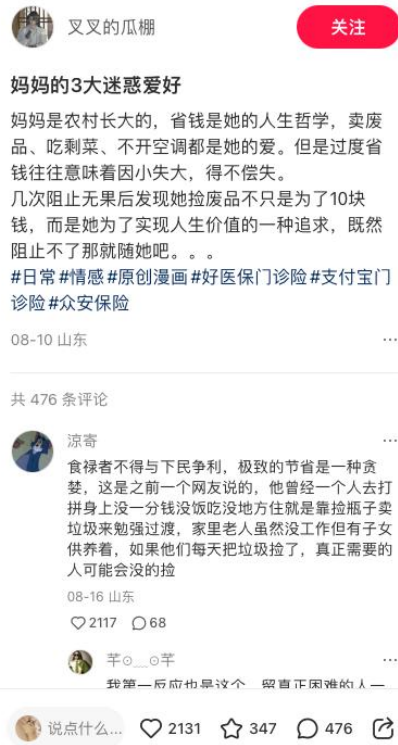
核心策略

亮点3:

不同圈层的破圈尝试



妈妈的爱好 1: 捡废品



关注体力自由职业者和独居女性等特殊人群，认为他们具有较多的探讨空间。对于体力自由职业者，如摆摊和外卖类型，可以引发对这一群体的关注和讨论；对于独居女性，可以更多地引发女性用户的共情，基于女性或独居的特点展开探讨，从而拓展内容的受众范围，实现不同圈层的破圈。

媒介执行

覆盖广

利用不同内容类型和粉丝量级的博主
实现粉丝广泛覆盖

强互动引导

以**正文推荐、评论区引导**用户搜索私信咨询为主，
阶段少量使用私信组件直联功能

强曝光

通过粉丝量级头部+中腰部+大量尾部，配合信息流主推全平台曝光

媒介执行

众安保险



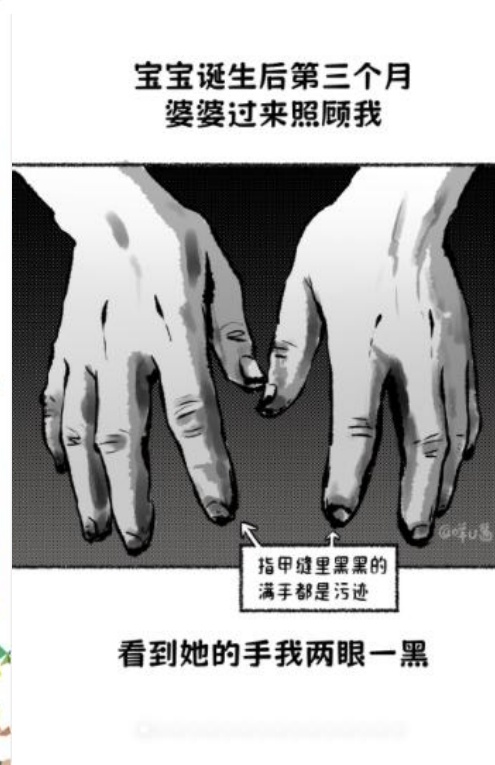
妈妈的爱好 1: 捡废品



200 + 位KOL从多元的生活场景内容维度进行精准切入，所创作的笔记竞相涌现出爆文效应，整体效果表现极为出色。

媒介执行

众安保险



这一举措也成功引发了用户的自发性种草与互动行为，在提升品牌知名度与产品美誉度的同时，有效激发了用户的参与热情和传播动力，为品牌的市场拓展和用户口碑建设奠定了坚实基础。

效果反馈

浏览量 ?

本期 **2257.7w**

↑97.3%

上一周期 1144.3w

参与人数 ?

本期 **583**

↑165.0%

上一周期 220

总量

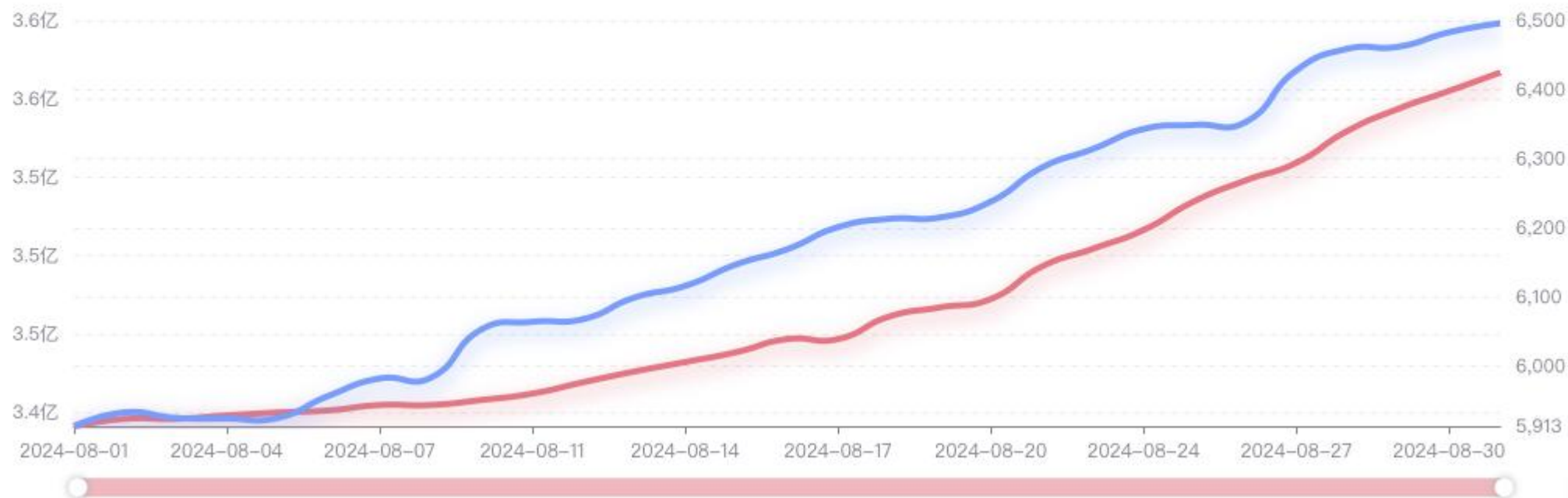
增量

图例

列表

导出

浏览量 参与人数



通过全面且系统的投放策略，极大地提升了“好医保门诊险”话题在小红书平台上的浏览量数据表现，同时显著增强了用户的自发性参与程度。

这种投放不仅成功吸引了大量用户的关注目光，使得该话题的曝光度呈指数级增长，而且有效地激发了用户主动参与讨论、分享经验及观点的积极性，为“好医保门诊险”在小红书平台上的传播与推广奠定了坚实的基础。

媒介执行

众安保险



本次投放在SOV占位方面表现极为突出，众多优质笔记强势占据关键词搜索结果的前几屏位置。充分彰显了本次投放策略的有效性和影响力，为品牌在搜索领域赢得了显著的竞争优势，进一步提升了品牌的曝光度和知名度。

达成效果

- 项目博主参与人数超**200+**
- 项目累计曝光**842w+**
- #门诊险 话题新增浏览量**2000w+**
- 海量用户主动转发和评论累计带来互动超**14万+**