

众安保险

- ◆ 品牌全称：众安保险
- ◆ 所属行业：金融保险
- ◆ 参选类别：年度移动营销创新力品牌

 众安保险

1. 众安门诊险是众安保险公司同支付宝共同推出的商业医疗保险
2. 商业医疗保险主要功能是报销用户因看病治疗（包括看门急诊，住院等）产生的医疗费用，
是国家医保的有力补充
3. 众安门诊险功能是报销用户因看门急诊产生的医疗费用，还能报销线上问诊/咨询用药的费用，
同时还提供线上问诊/咨询、送药上门等服务
4. 众安门诊险向用户传递的核心价值：看病用药，省钱省时又方便
5. 产品实际主力购买人群为20-40岁中青年人群；产品可购买人群为6-60周岁
6. 产品营销的主要阵地在小红书，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。

1.内容呈现形式创新：

- 场景化内容营销：将门诊险的应用场景与小红书用户的日常生活紧密结合，通过KOL分享自己或身边人的真实经历，如感冒就医、意外受伤后的门诊治疗等场景，让用户更直观地理解门诊险的作用和价值。这种场景化的内容呈现方式，区别于传统保险产品干巴巴的条款解读，更能吸引用户的关注和共鸣。
- 多样化的表达形式：除了常规的图文笔记，还采用了短视频、漫画动漫等多种形式进行宣传。更生动地展示保险的保障范围、理赔流程等信息，增强用户的互动性。

2.产品服务创新宣传：

- 互联网医院服务优势凸显：着重宣传众安保险门诊险所附带的互联网医院服务，如在线问诊、药品直赔、送药到家等。这一创新服务模式打破了时间和空间的限制，方便用户随时随地享受医疗服务，解决了用户看病难、买药难的问题，在小红书上引起了广泛关注。用户可以通过博主的分享，了解到如何进行线上问诊、购药，以及保险如何进行直赔，对这一新颖的服务模式有更深入的认识。

代表案例

• 门诊险-8月小红书投放

众安保险



妈妈的爱好 1: 捡废品



建立强关联：利用不同内容类型和粉丝量级的博主，有效结合试下热度mbti，手绘漫画等类型博主，实现粉丝广泛覆盖，占领用户心智，通过场景化将核心人群和“门诊险”强关联，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。

● 代表案例 • 门诊险-8月小红书投放

众安保险



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大福增长，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“众安好医保门诊险”在小红书平台上的传播与推广奠定了坚实的基础。