



## 起跑小贷赛道，品效护航新增长

- ◆ 品牌名称：度小满
- ◆ 所属行业：金融行业
- ◆ 执行时间：2024.01-2025.08
- ◆ 参选类别：智能营销类





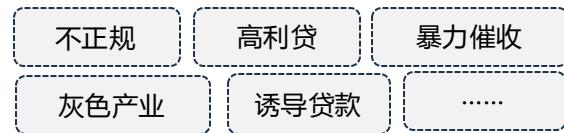
# 背景&目标

## 营销课题

### 面对政策驱动下的行业调整，度小满如何借势突破，实现新增长

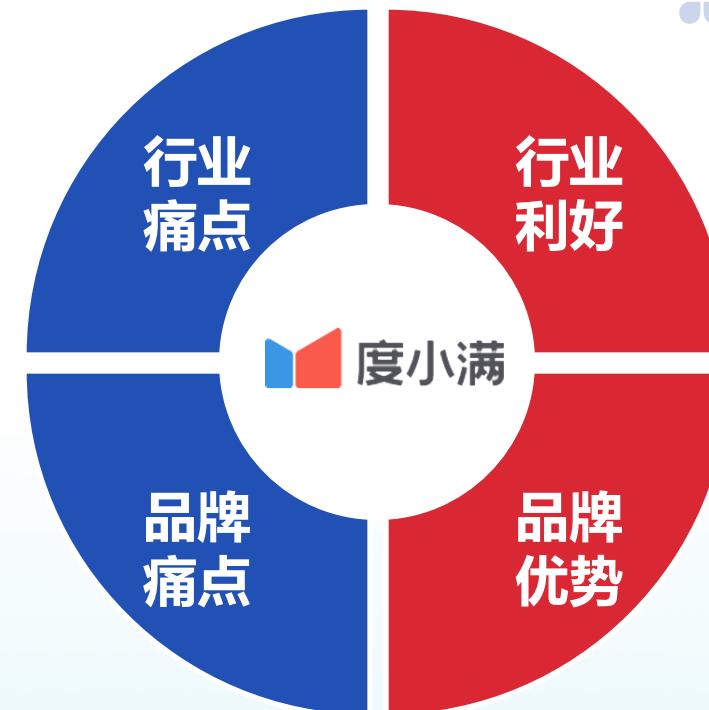
#### 小贷行业的“负面标签”

参差不齐的行业参赛者导致小贷行业全行业“连坐”，背上负面标签



#### 度小满传统渠道饱和投放

头部渠道深度覆盖多年，现有用户池难以再产生新的营销增长



#### 市场头部化+业务利好

- 政策推动行业合规性提升，行业有序出清，市场头部集中化  
金融监管总局《小额贷款公司监督管理暂行办法》
- 提振经济政策出台，利好小微贷和消费贷款  
国家金融监督管理总局《支持小微企业融资的若干措施》  
中国人民银行《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》

#### 度小满品牌力+产品优势

- 互联网大厂背书（百度）
- 持牌合规的互联网贷款平台
- 度小满产品利率、到账速度、新用户首借优惠活动等在行业具有优势



## 背景&目标

### 营销目标

有效驱动品牌高质量增长

#### 短期目标

**提升曝光，拉动业务**

扩大流量池，增加app下载量

以内容+渠道为核心抓手，为度小满打造持续有效的营销新增长

#### 长期目标

**建立积极的品牌认知**

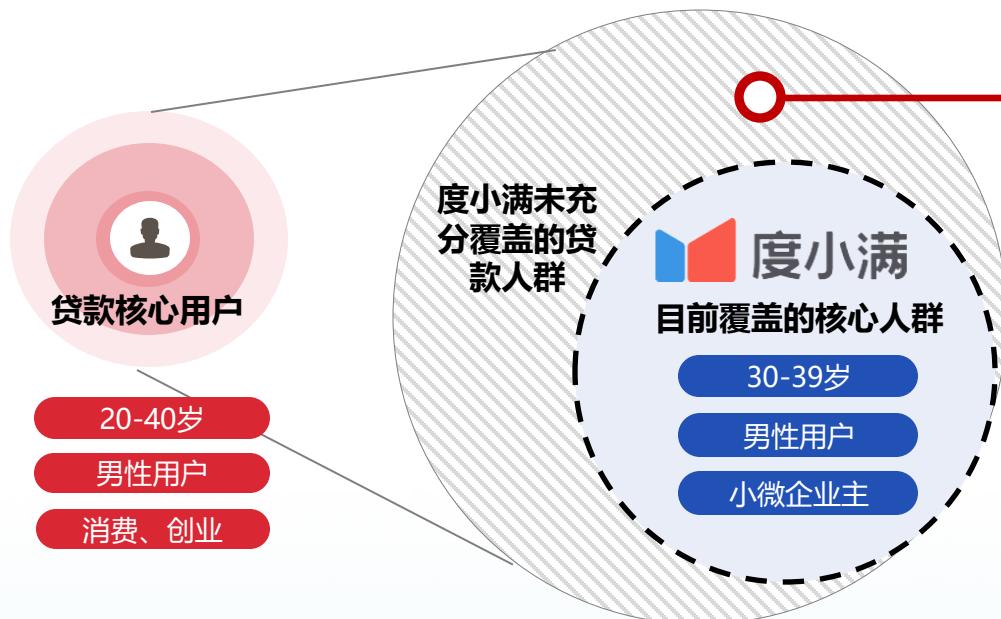
安全合规有保障的积极品牌联想

强化度小满的合规品牌标签关联，沉淀用户并打造“正规、专业、可靠”的品牌形象



## 人群洞察

### 固本培元，破界寻新：稳定原有流量池，破圈未覆盖人群



度小满破圈目标：年轻的消费、创业主力群

- 收入稳定，有一定的财富基础



- 95后尤其热衷明星合作与代言

35%认为明星合作对其付费行动有重要影响，高于更年长的代际

- 80% 年轻人考虑过创业，  
他们也广泛地关注社区进步、国家发展与国际大局。



## 营销抓手

# 新内容-国家队冠名：破圈年轻圈层与增强品牌信任 新渠道-Apple Ads：优质人群渠道价值开发

### 中国国家田径队官方合作伙伴



#### 年轻金融人群关注田径

- 20-29岁 TGI > 125;
- 金融兴趣 TGI > 110;

#### 与度小满形象适配

##### 信任赋能

借力国家田径队背书，提升度小满的品牌信任感觉

##### 强化丰满品牌形象

国家队：拼搏奋斗，国家荣誉

度小满：关爱民生、助力小微企业家奋进、公民自我提升



#### 度小满在App Store投放未饱和

- App Store拥有未充分开发的亿级流量池



8亿  
周访问用户量

4.4亿  
周搜索用户量

8.4亿  
周下载量

- 更新的投放平台：Apple Ads 2021年上线
- 更新的场景：金融行业新开放Today 标签

#### iPhone用户年轻且资质优秀

- 以中青年为主 / 中高收入白领 / 高学历



数据来源：百度指数、MobData、《2024年App Store透明度报告》



## 营销策略

### 度小满x国家田径队xApple Ads 营销策略

以兴趣为切入点突破圈层，场景+内容+智能技术助力转化用户



1  
让更多潜在人群看得见  
**场景拓量  
关键词矩阵拓量**

1. 扩充流量入口
2. 关键词矩阵挖掘核心人群+拓展人群

2  
引起目标用户的关注  
**内容圈人→品牌圈人  
→产品圈人**

从体育兴趣到度小满的金融需求，逐层渐进  
田径内容强势吸睛  
构建度小满与田径队的形象联想（官方合作伙伴）  
突出度小满产品优势解决用户需求

3  
实现高质量转化  
**智能技术驱动  
控本增效**

1. 借力媒体平台
2. 关键节点优化策略



机会人群

人群转化的破圈点：体育内容+品牌力+产品力

贷款人群



# 媒介&执行

让更多潜在人群看得见

App Store新场景开拓，扩充流量入口

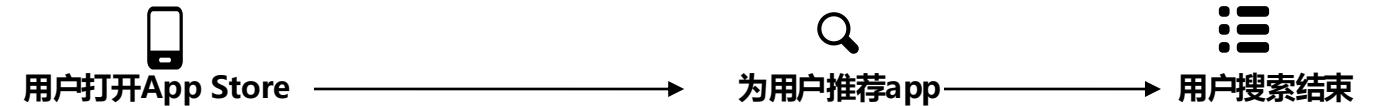
从搜索场景到推荐场景  
覆盖App Store全流量

用户主动搜索→品牌主动展示  
全路径覆盖，广告如影随形

金融借贷行业首批App Store  
搜推场景全覆盖



数据来源：Apple Ads官网、客户后台数据



The diagram illustrates the user flow from opening the App Store to search completion. It shows three stages: 1. User opens App Store (represented by a phone icon). 2. App Store recommends apps (represented by a magnifying glass icon). 3. User finishes their search (represented by a three-dot menu icon).

**Today标签**

Today 10月14日

现已推出

与王一博，探索新境地

腾讯视频-舍不得星星全网独播

度小满

> 5亿 Today标签周触达用户量

搜索标签

70% 用户通过搜索发现app

搜索结果

搜索

Today

游戏

App

搜索

Today

游戏

App

搜索

Today

游戏

App

搜索



# 媒介&执行

让更多潜在人群看得见

关键词矩阵精准连接多元用户需求，从核心人群扩展到泛机会人群



关键词策略

高价值人群  
补充策略



度小满兴趣用户

金融需求用户

度小满竞品用户

新的机会人群

需求

度小满金融需求

明确金融需求

竞品金融需求

潜在金融需求

品牌词

度小满  
度小满金融  
度小满app  
.....

行业词、银行信用卡词

小额借贷平台  
借钱交易平台  
信用卡平台相关词  
.....

竞品词

微粒贷  
借呗  
安逸花  
.....

个税、理财相关词

挖掘更多有金融兴趣的人群

【竞争激烈人群】高出价计划+Apple Ads CPA cap策略→提升竞争力同时控制转化成本



引起目标用户的关注

搭建圈人模型策略，从体育兴趣人群转化为度小满金融需求人群

## 度小满基于用户洞察的内容模型

### 内容层：三大模块协同增效

#### 内容圈人 x 兴趣点

体育名人+民族情怀

田径明星+国家田径队

#### 品牌圈人 x 信任点

官方身份加持+大品牌保证

中国国家田径队官方合作伙伴

#### 产品圈人 x 利益点

专属人群利益+产品优势

工薪阶层/小微企业主/新用户专属  
最高额度/利率/合规真实持牌.....

### 执行层：以数据指导的全周期小额预算测试输出最优内容组合

消耗 x CTR x 后端成本

引起目标用户的关注

充分发挥国家田径队的IP的价值，从体育拼搏到度小满的鼎力支持



### 品牌层

身份认证：国家田径队官方合作伙伴

### 兴趣层

- 国家田径队
- 体育明星
- 竞技拼搏精神

内容延续



搜索结果页

产品页



# 媒介&执行

引起目标用户的关注

复合内容多次触达，全面传达度小满品牌与产品的核心价值

## 品牌信任赋能

田径队 /身份背书/ 人群 / 品牌优势

#官方合作伙伴 #圆梦巴黎 #工薪族申请#真实可靠



## 专属人群价值

人群价值/产品优势

#新用户专享 #面向xx用户 #新春福利.....



## 直击用户痛点（需求）

品牌优势/产品优势/活动优势

#资金周转找度小满 #放款迅速 #新春福利 .....





引起目标用户的关注

域外联动流量增益，反哺App Store搜索量提升

度小满全域深度内容，为域内转化提供热度增益

官网大屏



官方发声矩阵



走心推文



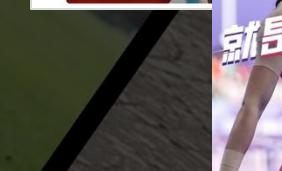
共鸣TVC



热点短视频



励志海报





# 媒介&执行

高质量转化

抓住用户转化路径的后端关键节点进行针对性的优化，释放流量最大价值



## 授信节点-授信成本

out **排除非目标用户**  
低龄用户

优质年龄定向策略

素材年龄提示语

in **提升核心用户转化**  
资质优、意向强

基于历史数据进行资质识别

优质用户适当放开风控

## 交易节点-交易成本

产品页 (CPP素材)  
App Store产品页素材  
优化提升cvr



转化路径  
Deeplinks缩短用户转化路径

数据主导  
首月数据+延迟转化数据作为成本调控的基础

成本调控  
结合授信成本调控进行交易成本调控



# 效果&反馈

## 优于度小满的常规内容

对比常规内容，点击率提升幅度

> 10 % ↑

内容  
新增长

## 金融借贷行业安装量领先

度小满月均安装量

突破 10 W

业务  
新增长

## 成本有效控制

度小满安装成本下降

35 % ↓



## 项目成果

### 度小满Apple Ads广告投放安装量与安装成本趋势图

安装量 安装成本

成本下降明显

安装量提升明显

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月

数据来源：媒体平台、客户后台



# 效果&反馈



## 项目亮点

兼顾品与效的营销，为度小满寻找新的渠道增长点



### 场景扩充

#### 新的渠道增长点

App Store传统场景（搜索标签）与行业新场景（Today标签）覆盖，抢夺全场景金融流量用户



### 需求找人，人群扩充

#### 从核心人群到泛人群

差异化需求对应的关键词矩阵策略，有效实现用户流量池固本拓新



### 品效结合

#### IP联动，破圈力共创，反哺业务

借助国家田径队的国民热度，强化“度小满”关爱民生形象与品牌信任力促进业务转化



### 智能技术赋能

#### 借力媒体平台与关键节点优化策略

Apple Ads系统智能优化能力保底效果，关键节点针对性优化提升投放效益