

平安人寿金越年金25产品TVC 《幸福之“钥”》

- **品牌名称：**平安人寿
- **所属行业：**金融/保险
- **执行时间：**2024.05.10-09.16
- **参选类别：**视频内容营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

[https://www.xinpianchang.com/a13117342
?channel=copyLink&from=webShare](https://www.xinpianchang.com/a13117342?channel=copyLink&from=webShare)

- 变化是时局之下的关键词，作为普通人想要平稳度过当下，家庭资产如何实现保值增值？未来如何合理规划优雅踏上人生旅程？
- 平安人寿持续为客户创造价值，护航客户的美好人生。为更好的服务客户，2024年再次升级主力产品：**金越年金25保险产品计划**。在这个背景下，用产品TVC再次链接客户，传递平安人寿护航客户美好人生的初心，同时传递产品卖点。



- **金越年金25保险产品计划**通过独特的稳健增长策略，如现金价值和当年度保额的双增长机制，实现了财富的稳健增长。其全面的保障设计和灵活的产品组合，为客户提供了在风险可控的前提下实现财富稳健增长的可能。助力客户实现生命价值与财富价值的双重守护，并提供稳健的财富增长方案。
- 因此，本次TVC的目标旨在通过展示产品的稳健增长策略和全面保障设计，吸引潜在客户，并传递品牌理念，以实现客户生命价值与财富价值的双重守护。



- 诗词字画，千年传承，中国式的浪漫总是含蓄而寓意深远。
- 每逢人生重要节点，人们总是习惯把祝福包装成礼物，受益的人总能解读出一份美好的深意。
- 我们将产品变作一份祝福，融入家庭中的美好人生时刻，借此丰满产品的价值场景。



- 我们从汉字的组合获取灵感，偏旁部首的拼字让解读更具意味，而产品名：金越的“金”，正好化作一个金字旁，拼出客户的圆满时刻。
- 用“钅”指代金越25产品，以一个中国家庭为缩影，让每个家庭成员为“钅”添上另外几笔，形成自己有关幸福人生的关键词，展开演绎出几幕有温情有烟火气的幸福剪影。最后与象征中国人的圆满意象——月亮，组成“钥”字，传递出产品即是一把打开幸福的钥匙。直观传递出“金越年金25”为家庭、为不同人群守护“稳稳的幸福”的产品价值。



- 配合产品计划的发布推广，视频广告通过线上线下多种渠道传播，其中在平安人寿官方视频号发布后，《幸福之“钥”》收获了3000+点赞，3000+转发量，600+喜欢。迅速扩散至大量产品目标客群，为产品的推广奠定良好基础，受到品牌主及产品展业队伍好评。

