

平安人寿《多重穿越之小安人生开挂记》病毒TVC

- **品牌名称:** 平安人寿
- **所属行业:** 金融/保险
- **执行时间:** 2024.05.10-06.05
- **参选类别:** 短视频营销类

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/a13137498?channel=copyLink&from=webShare>

- 值司庆之际，平安人寿再度以一系列省心、省钱、省时的好产品向广大新老客户进行“种草”，但当今社会的信息传播节奏越来越快，如何以更快的节奏和更吸引人的方式，将本身就存在“条款多、规则复杂、内容难懂”等标签的保险、健康、养老产品向客户介绍，无不意外是每个传播方都会感到头疼的事情。



- 用户难以理解复杂条款和功能服务分散导致客户对产品信任缺失——因此，我们将**降低产品认知门槛和强化整合服务体验**作为此次传播的目标，进而带出“省心、省时、又省钱”的三省理念。



- 运用爽文逆袭的穿越短剧套路，以剧情反转将寿险产品用户的痛点进行病毒式洗脑阐述，将保险、健康、养老的产品卖点，让复杂的事情变得更简单，进一步传播三省服务体验，占领用户心智。同时，还可以令受众不再仅限于保险产品的客户群体，拓宽受众群体产生传播裂变。



- 我们将豪门赘婿、白娘子传奇、病危少爷、守城军师、修仙的情节场景，以“小安”的视角进行多重穿越进行串联，用病毒式反转进行演绎——用充满悬念的前置剧情结合应用场景痛点来吸引受众停留，再以意想不到的幽默生动方式将产品卖点带出。



视频号

Q 搜索



00:01 / 03:53



发送弹幕



发送

 RonnieWong

#平安36周年司庆感恩回馈季，跟小安一起，穿越多重美好生活，享受财富、健康、养老，开启稳稳幸福的开挂人生！#有财有健康家家享平安 #种草
2024年5月5日

 平安人寿 已关注

73个朋友关注

平安人寿始终坚持以客户为... 展开

