

# “悦读与分享” 人保电话车险微博传递爱的呼唤

时下,一种全新的、自下而上的“微公益”慈善模式正受到公众,尤其是网民的追捧。越来越多的人加入这支队伍,集点滴之爱,捐绵薄之力,在新媒体技术搭建的现代化平台上,汇成温情脉脉的爱心洪流。



近日,人保电话车险在官方微博火热开展了“阅读传递力量——给小朋友的一封信阅读信”公益活动,迅速获得公众关注与好评。

据了解,“阅读传递力量——给小朋友的一封信阅读信”公益活动,捐赠了募集图书1246册,文具500余套。人保电话车险秉承了中国人保一贯关爱客户、回馈社会的理念,通过微博为载体,号召部门内部员工、微博粉丝,捐赠书籍、学习用品,用实际行动和人保电话车险一起关注农村小学少儿健康成长。

在以物资捐赠满足学生日常学习、锻炼的基本需求的同时,

活动还融入了引导人保电话车险与农村小学孩子们互动的想法,使以往单一的财物捐助不能解决观念意识落后的问题得到改善。随着经济的发展和社会的进步,开阔孩子们的视野、启发他们的心智、培养他们的独立思考能力,才是真正帮助他们摆脱贫困面貌的重要途径,这也是人保电话车险在活动中期望传递的核心。

人保电话车险活动相关负责人表示:“微公益就是身边的一点一滴,比如一件普通衣物也可以为需要的人带来温暖,一本书或一只笔就可以给孩子莫大的希望,一次无心的善举也会成为良好社会风气的



开端。它需要每一个人切实行动起来并影响身边更多的人,携手同行汇聚大爱,践行公益传递爱心。”

人保电话车险承诺,此次爱心助学活动只是个开端,以后将开展更多有价值的社会公益行动,继续为社会发展做贡献。同时,期待每一位爱心人士的支持和倾情参与。

## 人保电话车险 抢占数字电视新媒体制高点

近日,人保电话车险的广告开始大规模登陆北京歌华有线高清互动数字电视,人保财险也成为了第一家通过高清互动数字电视这一新型媒体展开营销的保险企业。2010年,高清交互数字电视的推广工作被列入到北京市政府为民办实事工程,据统计,仅北京地区,2011年高清数字电视覆盖率达到85%,将覆盖260万用户。高清数字电视新媒体的快速拓展,对各个行业、企业的新营销渠道拓展提供广阔平台,此次,人保电话车险成为行业内首次“登陆”数字电视新媒体的先行者,成功抢占了数字电视新媒体制高点。

人保财险电子商务部负责人表示:“与用户的深度沟通和互动是人保电话车险的营销趋势,此次与北京歌华高清数字电视合作,不仅是看中了数字电视极具实际影响力的媒体平台,更是能够和用户的深度沟通形成一致性,比如,高清数字电视的服务理念也是丰富化、便捷性、大众化,强调信息服务应用,这与

人保电话车险的核心诉求形成重合点,另外,在所面对的目标群体上,也更多集中在25-45岁之间中高家庭收入的群体。”

高清交互数字电视打造了家庭多媒体终端和社会信息化平台,真正实现了京城百姓从“看电视到用电视”。它是将广播网、互

联网、多媒体、现代通讯等多种技术集于一体,以电视机和高清交互式机顶盒为终端,向用户提供包括高清频道收看、高清视频点播、在线游戏、电视支付等多种视频和应用服务。

高清交互数字电视正是基于用户电视创新应用的庞大信息网,锻造出具有独特优势的新媒体平台,为不同行业、企业提供营销渠道。此次人保电话车险在创新营销的征程中再次“走出”新路,继人保电话车险官方微博的成功运营以及原创性网络营销事件的深度推广后,成为行业内首家与高清数字电视媒体合作的领跑者,在与用户一次次的直接深度沟通中,拉近与用户的情感距离,形成深刻的品牌印象。

电话车险作为车险行业中的后起之秀,近两年大有可为,市场接受度很高,但是同质化竞争现象依然凸显,企业的差异化竞争逐渐在以价格、服务为基础的前提下升级到营销创新层面,力图通过营销与用户建立情感关联获得忠实的品牌拥护者。

业内分析人士认为:“人保电话车险此次与高清数字电视合作是业内创新营销的又一次全新的尝试,通过高覆盖、高频率的直观有效的信息传递,与用户形成更细腻的情感沟通方式,抢占数字电视新媒体营销的先机。”

2012 齐鲁(济宁)

# 春季车展

2012年4月6日-8日  
济宁市体育馆 与您不见不散

鲁西南唯一高档次车展

豪车、名车、全车系  
名车汇集 规模空前



厂家联动  
专业打造车市盛“汇”

车展专享“车展价”  
价格专享 一步到位

齐鲁晚报·今日运河 春季巨献  
招商进行中……

主办:齐鲁晚报 生活日报 承办:齐鲁晚报·今日运河

详情咨询: 0537-2366539 2366549

齐鲁晚报·今日运河  
我们努力为客户创造价值