

富邦金控善用 Google AI 生成影音，帶動搜尋 升幅成長 32%

Financial services company

fubon.com | 合作代理商: Carat



面臨挑戰

富邦金融控股股份有限公司(下稱富邦金控)花了數年時間深耕其 Run For Green® ESG 計畫。在成功達成初期目標後，富邦金控面臨了如何讓這項成熟倡議進一步轉型的挑戰。其目標是利用 AI 驅動的個人化與數位互動，加深參與者與永續的連結，並在傳統宣傳模式之外擴大品牌知名度。

解決方案

為全面升級「Run For Green®」，富邦金控與其媒體代理商凱絡媒體 (Carat) 合作，導入 AI 優先策略。運用 Google AI，富邦金控辨識出高意圖的受眾群，並運用 Gemini 生成個人化影片，針對特定的受眾輪廓量身打造「Run For Green®」的品牌訊息。為了確保能有效極大化觸及與引起共鳴，富邦金控運用影片觸及廣告 (VRC) 與影片觀看廣告 (VVC) 擴大宣傳，將 AI 生成內容與主打影片完美整合，打造一致的品牌體驗與影片品質。

與凱絡媒體 (Carat) 高效合作：代理商找出關鍵目標受眾、主導創意發想，並根據即時成效數據，動態最佳化廣告。

成效表現

這項 AI 驅動策略為富邦金控挖掘了全新的成長動能，在 Run For Green® 已有廣大市場知名度的基礎面，該活動實現了 1.83% 的廣告回憶度 (Ad Recall) 提升，並在品牌好感度上顯著成長 4.14% (Brand Favorability Lift)，表現遠高於金融產業平均水準。最值得關注的是，由 Gemini 驅動的個人化內容成功將認知轉化為具體行動，帶動品牌關鍵字「富邦金控」的自然搜尋量大幅成長 32%。

本次廣告成效印證了 AI 驅動的個人化溝通能有效深化品牌共鳴；鑑於此成功經驗，富邦金控期望未來能將此策略架構擴大推廣至更多位來的行銷溝通中。

“

富邦金控、凱絡媒體與 Google AI 的強強聯手，將我們的『Run For Green®』倡議推升至全新高度。AI 為我們在『媒體投放效益』與『受眾精準探索』上樹立了全新標竿。我們非常榮幸能持續深化這趟 AI 轉型之旅，並高度期待未來由 AI 驅動的品牌互動新可能。

林茂生

副總經理 富邦金控品牌管理暨公關處

32%

Lift in search
term “富邦金控”

4.14%

Lift in brand favorability,
which is above average



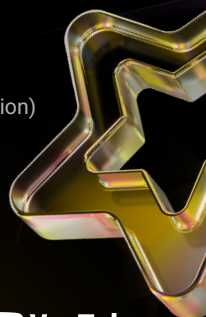
行銷目標

品牌知名度與考慮度
(Awareness & Brand Consideration)



重點產品

影片觀看廣告活動
(Video View Campaigns)



CARAT

YouTube