

心观广告

官方网址：www.mindviewchina.com

公司类型：整合营销代理公司

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销新锐公司

公司简介及核心优势

上海心观广告成立的愿景，是致力于在当下多元复杂的数字环境下，为企业主实现品牌策略管理与企业数字生意效率的平衡。公司核心团队全部由各大 4A 及本土数字营销龙头企业的资深营销人组成（智威汤逊 JWT，盛世长城 Saatchi & Saatchi，实力传播 Zenithmedia，好耶 Allyes，华扬联众 Hylink，卅六策广告 Serviceplan，阿里巴巴 Alibaba 等）。短短两年的发展历史，已实现客户数量 10+，团队规模 70 人，年营收过亿。

1、在品牌策略管理业务方面

心观建立了基于事实数据的用户洞察模式，包含企业产品层数据，销售层数据，营销侧媒介层数据，创意物料层数据，执行层数据与成果层数据等。与传统的媒介环境数据相结合，形成立体的策略观测模型。并以项目的执行、成果等项目数据进行滚动验证及优化。以确保形成真正有效及精准的品牌策划的用户数据库。基于此，在品牌管理策略层面，让广告主从以往的模糊宏观感知，到精确微观的观测，实现了品牌策略乃至创意策略的可评估化，大幅提高了品牌策略的质量（以及创意产出的质量），也提高了项目的效率。

2、在效率转化诉求层面

借助跨行业的资源组合，通过与国内顶尖的智能 AI 团队合作，开发了智能营销大屏产品 —— 打通阿里、京东、腾讯 TSA 及头条百度的竞价类产品，并配套监控及智能优化功能。将广告主的电商 ROI 需求 All In One 整合在一个数据中台，实现了全局高效地观测各核心流量域的实时营销状态以及生意状态，并通过高频量化交易等功能提高广告主的投放效率及 ROI，从根本上满足广告主效率转化的需求。

营销大屏首页 Demo



2018 年在数字营销领域的成绩

2018 年 4 月，充分利用两大业务模块，为德国马牌轮胎首次（亦是国内轮胎行业首次）天猫超级品牌日活动，提供了全案策略及从创意制作到投放的全案执行。线下部分包含 7 个一线重点销售城市的户外地标广告，630 家门店的联合促销及配套传播物料，4 个省份的线下路演。线上部分以马牌全年传播主题“城行客”为主题，邀请了德国马牌品牌为中国男足合作伙伴，潘晓婷为德国马牌的长期合作明星（德国马牌品牌为天猫所在地）创造了北上广及杭（天猫所在地）的城行客系列片，并配合以企业创始人、户外运动、政商人士等超过 40 位种子用户点燃活动序幕，以今日头条、网易新闻、微博热门话题、微信 KOL 等资源进行推波助澜。最终达成活动单日成交销售额 613 万 RMB（开店至今最高纪录，比 2017 年双 11GMV 提高 3.9 倍），门店新增粉丝 1.5 万（比日均增加 150 倍）的成绩。自该活动完美收官后，德国马牌轮胎在天猫成为轮胎类销售 no.1 的品牌。该项目也获得了大陆集团（德国马牌母集团）全球近 200 个国家及地区年度营销的最高荣誉（200 个地区的项目中，设置 4 类大奖，每类仅一个作品可获得大奖，该项目获得了整合营销类大奖）。

杭州城行客视频：<https://v.qq.com/x/page/p06361blhrl.html>

上海城行客视频：<https://v.qq.com/x/page/s0636gtt9oe.html>

北京城行客视频：<https://v.qq.com/x/page/i0635cyu0ym.html>

广州城行客视频：<https://v.qq.com/x/page/k0635lojexh.html>

城行客混剪视频：<https://v.qq.com/x/page/h06361zdwqu.html>

2018 年 9 月，帮助德国马牌轮胎，于小程序电商环境发展初期，抢先布局德国马牌小程序，补齐了德国马牌轮胎电商布局中微信生态的拼图。该项目心观提供了全案策略，以及从创意到投放乃至小程序生态的全链路监测技术实施的全案执行。创意层面策划了主传播视频+数据化创意 banner 组的组合拳。视频层面，以“城行客”们平日在大城市工作忙碌忙于自己的小家，与父辈的血缘亲情渐疏远作为洞察切入，通过“爱的陪伴”的视频，快速展现假期当代年轻人从幼儿到成家的过程，

以及父辈在其中的角色变化。在动情之余，呼吁“城行客”再 10.1 来临，与父辈共聚并巧妙融入了产品的理念和情感价值 – 虽被忽略但始终如一的对爱车的安全的陪伴。该视频在微信朋友圈广告获得了高于行业平均的互动率 (2.4%)，并以目标受众相关的各类自媒体继续以“城行客”的陪伴之爱为主题，以平凡原生家庭的爱的故事升华了传播主题。在媒介投放的创意 banner 组层面，以情感驱动和利益驱动为坐标两端，开发了核心 7 组创意素材，延展了近 80 组创意策略投放组，利用公司的营销大屏产品中 AI 竞价投放的技术，在朋友圈订阅号硬广广告上进行了精耕细作的精细化投放，并通过心观所开发部署的小程序全链路监测系统，实时监控硬广、户外广告、门店、群营销，短信 LBS 营销等全渠道的数据并灵活调度优化整体 ROI。

除去上述两个战略性的营销战役，在全年的传播中，心观始终以德国马牌的策略合伙人的定位，为企业的营销目标乃至生意目标积极地推动每一个大大小小的项目。截止 2018 年年末，德国马牌轮胎的销量逆势增长了 15%+，更是在整体电商渠道的销量占比突破 20% (行业平均 < 15%) 成为数字化运营的领先者。

父女篇爱的陪伴视频： <https://v.qq.com/x/page/t0777anbjn7.html>

同年 4 季度，心观也因扎实的服务能力，成为了上汽集团旗下新发布出行品牌享道出行的核心代理商之一。

享道出行相关创意内容因保密协议，暂无法提供。

2018 年服务的主要客户

德国马牌轮胎、将军轮胎，上汽集团享道出行平台，美国史丹利 Stanley，La prairie，科勒等。