

## 王欣欣

**公司职位：**一多奇思 IDOLIDEA 创始人兼 CEO

**参选类别：**“金鼠标 10 周年——数字营销杰出人物”

### 人物简介



天津中医药大学中医临床学学士 & 澳大利亚格里菲斯大学市场管理学硕士。

2001 年至今，从事互联网营销 18 年。

- **2001 年**供职于强生中国有限公司，为当年 500 强外企中第一个触碰网络营销的团队，并带领团队开创品牌与新浪频道联合进行内容合作的先例，后摩托罗拉等品牌先后效仿。
- **2004 年至 2009 年**，先后供职于雅虎中国，新浪网及百度科技公司三家互联网媒体公司，参与了大量大型网络营销推广，并多次获奖。2005 年，参与的“带着电影去旅行”新浪博客（blog）大赛，成为新浪网经典微博线上线下联合活动的经典案例。2007 年，带领团队获得百度 KA 最佳销售团队奖。

- **2011 年**，成为北京一多奇思互动广告有限公司创始人兼 CEO，因业务发展迅速，分别在 2016 年成立了上海分公司，和 2018 年成立广州办事处，至今八年时间，已将公司从零收入带入亿元行列。创立了为客户提供搜索引擎营销，社会化内容营销和电商精准营销的“品销合一”的数字化服务商的经营模式。在品牌电商化快速发展的时代，更是异军突起，带领团队拿下了阿里内容供应商及京东精准通优秀代理资质，为客户提供更加精准的电商精准投放服务。
- **2018 年 11 月 13 日**王欣欣受邀做客由网赢天下网主办、微博独家赞助播出的《天方夜谈》第 13 期节目和萌叔一起畅聊“双 11 落幕聊聊狂欢背后的那些事儿”。



**男性买玻尿酸？95后买保温杯？双11背后的3大真相与7大趋势**

原创：肖明超 肖明超-趋势观察 11月13日

那么，今年的双十一又有哪些新的亮点？狂欢的背后，反映了哪些消费趋势和电商营销的趋势？今天，萌叔做客了由网赢天下网主办、微博独家赞助播出的《天方夜谈》第13期节目，并请出了这场狂欢背后的实战营销人，蓝标电商副总裁杨森森和一多奇思CEO王欣欣一起和萌叔畅聊了“双11落幕聊聊狂欢背后的那些事儿”，结合《肖明超-趋势观察》对于中国消费趋势的观察，我们盘点了关于双11背后的那些趋势。



知名CEO肖明超（左）、一多奇思CEO王欣欣（中）和蓝标电商副总裁杨森森（右）

消费在下沉。一多奇思CEO王欣欣认为，以前很多品牌，不管牌子还是产品都不适合，都说我是“高端人群”，很少愿意要“低”的，现在，类似拼多多这样的平台出来了，很多品牌商敢于说，“三四线我也要”，而今年“双11”让我们看到城市分馆已经很清楚，贡献来自谁？至少很大一部分人来自农村、城乡结合部这些人，双11把这些人唤醒了。



一多奇思CEO王欣欣

“双11”成为观察消费者消费心理的窗口。一多奇思CEO王欣欣举例说，很多细节从双11可以发现，比如大家仅仅关注手机这个类别，实际上双11期间有手机膜的销售有很大的量，再比如，90后都喜欢养宠物，这个在双11增速很快，这些都是从双11可以看到的新的商机。

因此，从大家的探讨来看，电商平台一方面，还存在一定的消费红利，更重要的是这么多的品牌参与双11，不仅仅是凑热闹，而是从双11可以看到消费者的一些趋势的变化，品牌只有掌握双11的“消费心理学”才能赢得这场战争。

- **2018 年 4 月** 受邀金鼠标国际数字营销节与深耕大数据、人工智能行业等 7 家公司大咖分享技术变革背后带来的智慧营销之道。

**2018年4月 受邀 金鼠标国际数字营销节 与 深耕大数据、人工智能行业等7家公司大咖 分享技术变革背后带来的智慧营销之道**

王欣欣 大家之前不会觉得萌宠与宠物食品存在什么样的关联，但事实上，通过大数据的分析和用户意图整理，我们会发现购买萌宠的消费者也会经常浏览一下猫粮狗粮等宠物食品，基于此我们通过AI与交叉场景的营销活动，针对浏览以及直接购买过萌宠周边的人群进行宠物食品的创新投放和营销活动，直接拉动了宠物食品的销售。

类似母婴行业也面临目标用户增长大失速的问题，所以需要不断创新，借助大数据和人工智能，可以通过分析各种交叉关联场景，用户行为标签，大型尝试与母婴产品关联度较高的跨界场景交叉结合，从而达到意想不到的效果。

AI比营销，尤其是数字营销更加简单。



技术变革，赋能“数”“智”营销

“处于全球热议中的人工智能，并不完全等同于以往定义的人工智能，新一轮人工智能浪潮更多是基于大数据的深度学习算法框架的构建，体现在不同垂直领域的性能提升、效果优化”。4月26-27日，2018金鼠标国际数字营销节在北京盛大举办，此次盛会聚焦数字化营销趋势，特设“人工智能&大数据专场”，邀请了微软、Marketin、梅泰诺股份、新好耶、京东、一多奇思、Proton质子链7家深耕大数据与人工智能行业的公司大咖到场分享技术变革背后带来的智慧营销之道。



在“技术变革，赋能“数”“智”营销”圆桌论坛中，梅泰诺股份数字营销总裁王帅民，新好耶副总裁曹明，京东商业提升事业部高级总监、大数据及人工智能业务负责人包勇军，一多奇思IDOLIDEA总经理王欣欣，Proton质子链联合创始人兼COO赵子源聚焦人工智能和大数据在数字营销中的创新应用和趋势，为智能化营销提供了更多实质的参考方向。

## 数字营销领域杰出贡献

- 2014 至 2018 年，一多奇思在王欣欣的带领下，利用电商平台大数据获得用户画像，对消费者行为路径、社交属性等进行分析，通过电商平台精准营销、社会化内容营销、搜索引擎营销三部分与用户建立有效连接，帮助品牌达成销售目标，使一多奇思成功成为“品销合一”决策型服务商，并成功服务国际 500 强快消品牌集团，帮助玛氏、金佰利、百事、惠氏、雀巢等客户在数字营销及电商领域进行高回报广告投放，以及大型 campaign 的整合策划及执行。
- 2017 年至 2018 年，短短 2 年时间，王欣欣带领一多奇思斩获金鼠标、TMA 移动营销、金麦奖、中国广告年度数字奖等多项嘉奖。在她的带领下，成功在 2018 年内京东的京准通和内容营销战略中，借助京东站内强大的流量转化平台，联合站外京 X 计划、开普勒计划，精准找回消费者，为品牌争取百度、腾讯、今日头条等头部流量资源，获取更大曝光，提高销量转化。
- 2017 年带领团队和金佰利集团联合京东开发的 DMP 人群精准定向投放项目，直接为金佰利销售转化带来千万级的销量。此案例成为京东 2017 年度经典精准营销案例。
- 2016 至 2018 年连续三年 618 和双 11，旗下服务的好奇纸尿裤，美素佳儿奶粉，玛氏皇家猫粮狗粮，高洁洁等十几个品牌成为京东类目前十名。为客户直接带来亿元级的销量。
- 2014 年至今服务金佰利旗下四品牌（好奇、高洁丝、舒洁、得伴）京准通，助力金佰利持续拥有行业领导地位；通过京准通投放，2017 年全年为金佰利带来 2.5 亿销售额。双 11 期间，金佰利旗下好奇品牌通过深度挖掘不同目标人群，实现精准投放，被评为京东营销精选案例。
- 在王欣欣的引领下，一多奇思 2018 年整体业务销售额预计达 2 亿；5 年间公司实现从零到突破 2 亿的营业创收，按照稳步增长速度，到 2020 年销售额预计达到 23040 万元；2018 年公司预计毛利达到 4000 万元，较 2017 年增长近 35%。

### 电商平台精准营销：

- 2018 年京东双 11 全球好物节，带领团队，通过 JD 精准营销，一多所代理的 20 多个品牌，完成 GMV1.4 亿，平均 ROI9.6。
- 2018 在京东平台宠物生意竞争较大，新涌入众多品牌期间，为确保宝路伟嘉在宠物类目中保持持续竞争力，618 大促期间，通过 JD 营销工具整合应用，找到核心目标消费者，优势互补，实现品牌曝光与销售共赢，整体贡献 GMV 达 1,143W，店铺 GMV 贡献率 53%，聚效 ROI 较去年 618 增长 5.6 倍。
- 2018 年为好奇品牌在京东 11.11 大促期间，积累潜在消费者，以及实现大促前期的销量小高峰，达成全年销量目标。好奇 10 月店铺销量 4,350W+，广告带来销量占全店销量 30%，环比增长 5%，活动期间带来 1430W+ 人群覆盖量，AI 人群增长 100%，为品牌生意体量作出了贡献。
- 2018 年 8 月惠氏启赋&天猫战略合作，在天猫超市大牌狂欢期间，通过创意主题玩法，有效互动进行拉新，同时提升天猫超市平台母婴人群粘性、复购率及客单价，使 ROI 提升 15 倍，活动 3 日总计 GMV 达 1618W，累计 GMV 较 2017 年同步增长 530%，总成交量，相当于 10000 个宝宝季度口粮。获得 2018 年金麦奖电商营销大奖 母婴健康类铜奖。

### 社会化内容营销：

- 为优化和消费者的沟通路径，阿里巴巴提出完整优化的内容营销模式，以其数据银行及策略中心打通消费者行为全链路。利用阿里数据银行及品牌号运作，一多奇思帮助品牌内容在阿里体系高效流转，在淘宝站内实现品牌销量的直接转化。
- 在阿里邀请制开通品牌号的条件下，一多奇思已为高洁丝、好奇品牌完成阿里品牌号的开通执行。
- 2018 年，洁柔猫超大牌狂欢营销推广通过阿里数据银行分析结合百度搜索行为数据，借助猫超大牌狂欢契机，引导行业消费升级，同时加强在阿里生态内的渗透率，大幅拉新并提高转化，成功将洁柔猫超大牌狂欢营销推广成交记录从家清纸品品类 TOP6 跃居 TOP1，活动期间，成交记录破 618/双 12 落地，新品首发爆卖 12,000 包，爆款热卖较日均翻 22 倍，总成交额较日均翻 10 倍，首尝 AIPL 全链路营销，新客增长 13 倍，成功获得平台认可营销方案。获得 2018 年金麦奖电商营销大奖、美妆洗护类铜奖。
- 2018TAKAMI 双 11 整合营销推广，以超级明星为传播爆点，用不同类型的 KOL 做集中式传播，同步扩散为 TAKAMI 累积更多兴趣人群，用高曝光度去触达更多人群，直冲微博热门话题榜第一位，实时超过当时的热门综艺《偶像练习生》，微博增粉在原有的基础上增加 4 倍，成功为客户产品从 0 口碑到天猫国际双 11 单日销量 GMV1700W。

#### 搜索引擎营销：

2018 为好奇新品上市，通过在百度组合投放开屏+品专+信息流展示类广告 全面覆盖投放，帮助品牌推广信息准确触达高潜用户。获百度展示类整合营销运营激励奖。

#### 企业&个人荣誉：

- 2018 第 9 届金鼠标数字营销大赛年度新锐人物
- 2018 获得京东京牌代理（五星代理）
- 2018 阿里妈妈官方整合营销服务商
- 2018 成为京东九数平台认证服务商
- 2018 金麦奖电商营销大奖美妆洗护类铜奖
- 2018 金麦奖电商营销大奖母婴健康类铜奖
- 2018 第 9 届金鼠标数字营销大赛年度数字营销金牌团队
- 2018 第 9 届金鼠标数字营销大赛最具成长价值数字营销代理公司
- 2018 第 9 届金鼠标数字营销大赛电子商务营销类案例奖铜奖
- 2018 第五届中国广告年度数字大奖年度精准营销公司

- 2018 第五届中国广告年度数字大奖 2017 你必须知道的 25 家数字营销公司
- 2017 阿里内容营销广告代理白名单八家成员之一
- 2017 第四届 TMA 移动营销大奖电商营销类金奖——百事集团
- 2017 第四届 TMA 移动营销大奖媒介整合类铜奖——戴姆勒奔驰
- 2016 京东京准通首批 6 家优质代理之一

## 同事评价

从同事到朋友，从朋友到合作伙伴，王欣欣给我的印象是一个温柔的斗士，优雅的外表下有一颗坚毅的心；互联网行业的数十年经验，成就的不仅仅是她的专业，更是敏锐的市场洞察，和顺势求变的战略布局。从市场到媒体，从广告到电商，她将互联网的思维真正落地，短短几年，将一多奇思的业务实现从零到亿的突破，使得一多奇思引领互联网营销的前沿市场。她是一个优秀的创始人，更是一个出色的女性领导者！

——翟起 一多奇思上海分公司总经理

一多奇思，互联网寒冬下的一匹黑马，在 CEO 王欣欣的带领下在这个经济寒冬实现营收、利润双增长。火车跑得快全靠车头带，公司的发展离不开优秀的 CEO，王欣欣的处事风格“快、准、稳”，熟悉行业形势，顺势而为，快速调整业务范围；抓准盈利模式，撸起袖子加油干；稳定原有盈利业务为新业务提供资金保障。相信在王欣欣的带领下，一多奇思会更精彩！

——代金娜 一多奇思财务总监

王欣欣，一个秉承着让同事成为更好的自己为理念的老板。处事效率和说话速度一样快的老板。正因为这样，才能在极速变革的互联网浪潮里始终保持着开创者的角色。王欣欣曾经说过，现在的她如果要做一个决定，只有 20% 成功几率她就会去尝试，哪怕最后是失败呢？那获得的将是一个经验。她多年来都保持勇于探索和尝试的魄力，真是让人佩服！得益于她的带领，一多奇思才能从精准营销突破到广告，甚至到营销，最终成为现在广告行业的“新物种”。

——肖静雯 一多奇思客户总监

王欣欣，是对工作和生活有着积极向上心态的人。学医出身的她，又有着 17 年的互联网市场营销与销售管理的经验，端庄优雅的气质，真诚、自信、执着、坚韧的性格，工作中精益求精的客户专业度，是她拥有 500 强企业销售的丰富经验和对客户需求的敏锐的洞察力的根本。

——吕芳 一多奇思媒介总监

王欣欣正在创业的起步阶段，你却听不到一句她的抱怨和尖叫。那种力挽狂澜的安静，那种安排好

一切的智慧，让人笃定地相信，在这场资本和技术刮起的时代大风里，她自有超常定力。

木欣欣以向荣，泉涓涓而始流。风口上只见她俏生生的身影，那是篮球健将、科班中医、第一代互联网社区运营人、纸媒触网操盘高手到电商大戏中创业者的自我迭代。她凌波微步，御风而行，赚钱不仅要站着，更要优雅，这样的蕙质兰心也把一场创业变成了修行的道路。

——吴海蔓 前宝洁中国 PR 总监

王欣欣女士是一位在数字化营销时代拥有敏锐洞察和战略眼光的企业家。她在行业中多年的实践与创新，积累了丰富的经验，也形成了她独具一格的营销理念。在电商高速发展的今天，她首屈一指的开创了基于品牌电商的内容营销和碎片化消费者运营理论，突破性的品效合一的方法论，为大量国际品牌在中国的电商领域实现了新的增长和全新商业模式的建立。

——Louis Liu 玛氏食品（中国）有限公司电商总监