

时趣

官方网址: www.social-touch.com

公司类型: 数字营销代理公司

参选类别: 金鼠标 10 周年——数字营销影响力公司

公司简介及核心优势

发展历程:

时趣互动(北京)科技有限公司(简称时趣或 SOCIAL TOUCH)成立于 2011 年,是中国整合数字营销解决方案公司,为品牌提供技术驱动的整体营销解决方案,公司总部位于北京,并在上海和广州设有分公司。是一家左右脑结合,技术融合创意的数字营销公司,紧抓最核心和变化最快的客户需求,用技术+创意帮客户找到并抓住用户。为超过 200 家的 500 强和大型企业提供数字营销服务。在“创意+技术”的主轴下,时趣从 2011 年至今推出了波纹理论 1-3、数据驱动、商业结果闭环、精细化管理 SCRM、营销场景等理论与营销工具,对行业产生了深刻广泛的影响。



公司规模及营收: 公司规模目前 500 人左右, 年平均营收上亿元。

团队:

时趣 CEO 张锐探索出独特商业模式: 前台+中台模式。构建“平台+创业团队”的组织, 本着客户至上的原则, 时趣颠覆性的以大中台、小前台的内部管理机制, 建立起一套围绕客户的服务体系。

“前台”指，以核心业务骨干为独立经营主体的团队，采用合伙人制度，独立核算。几十个业务团队直接面向客户，绩效激励与项目完成度和客户满意度完全挂钩。

“中台”指，公司层面建立技术、采购、行政、人事、市场、客户管理等中台，全力支撑前台业务团队，为其赋能，保证业务团队能更高效和完善的服务客户。

产品：时趣为企业提供一站式、创新前沿的数字整合营销服务。



优势领域：整合营销、社会化营销、娱乐营销、PR、SCRM 等。

数字营销领域突出成绩

在数字营销行业中普遍面临着三个效率问题：数字营销行业本身一点不数字化；数字营销行业为客户提供策略、创意和 Account 管理，但是行业中很少有公司自身的发展策略、创意营销和管理水平做的好；大公司不断的人才流失，变成更多的小公司。

时趣 CEO 张锐在问题中寻找大机会，提出时趣解决之道：

其一，成为一家真正的业务流程和业务管理是数据驱动+使用技术的数字化公司：Digitalized Digital Marketing Company。

其二，想清楚自身的发展策略，做好自身的营销和内部管好自己的项目和团队。

其三，成为一个“平台+创业团队”的组织。

1、数字营销行业本身一点不数字化，很多项目中产生大量的数据，处于分散的状态，不能重复使用，效率低下。

时趣之道：成为一家真正的业务流程和业务管理是数据驱动+使用技术的数字化公司：Digitalized Digital Marketing Company。时趣互动是一家左右脑结合，技术融合创意的数字营销公司。

时趣紧抓最核心和变化最快的客户需求，用技术+创意帮客户找到并抓住用户。在“创意+技术”的主轴下，时趣从 2011 年至今推出了波纹理论 1-3、数据驱动、商业结果闭环、精细化管理 SCRM、营销场景等理论与营销工具，对行业产生了深刻广泛的影响。

2017-2018 年，张锐在时趣互动首创的“左右脑相结合”的业务模式的基础上，带领技术数据团队围绕创意策略，用数据技术提升洞察质量和自媒体选择，降低决策风险，以时趣 SCRM 产品与客户系统打通，对接客户后台数据。从洞察到创意再到用户一对一沟通，时趣让营销服务全流程跑在软件产品来实现，让技术与创意服务紧密融合，这在整个营销行业中都属先例。张锐将继续带领时趣往“AI+Creativity”的方向发展，将 AI 技术与“标准化”结合，包括将营销过程的全流程数据进行在线化管理，解决营销服务行业巨大的效率痛点，重构数字营销服务行业的新基础设施。

2、数字营销行业为客户提供策略、创意和 Account 管理，但是行业中很少有公司自身的发展策略、创意营销和管理水平做的好的。

时趣之道：想清楚自身的发展策略，做好自身的营销和内部管好自己的项目和团队。时趣的波纹理论，暗含战略定位，波纹营销 1.0 指的是社会化营销，企业做好内容就可以了。2.0 时代指的是营销社会化。在这个理论里面，营销变成社交的一个推力，企业要想扩大波纹的范围，关键在于资源的整合。到了 3.0 时代，抽象表达是营销的社会化次幂，具体来说就是营销可以依靠社会化产生裂变反应后形成生态，届时，不仅消费者的生态，包括企业内部的销售生态，定价生态都会发生改变。

时趣经过多年积累，研发出决胜营销云系统，运用“四朵云”——洞察云、创意云、波纹云、资产云，通过整套营销的在线化软件平台和技术，驱动起一个更高效、客户体验更好的业务流程体系。

洞察云制定营销策略，创意云产出创意内容，波纹云进行创意传播，资产云沉淀品牌数据资产。在决胜营销云平台的赋能下，通过数据驱动的洞察产生合理的传播策略，为品牌选择合适的 KOL，执行过程中运用时趣的社交活动监测工具对传播活动进行实时监测和调优，所有环节中的产生的数据和知识都将归集并智能化处理，成为下一次品牌服务的核心驱动力。同时确保客户能够获得更加高效的服务体验和项目数据资产积累。作为品牌社会化营销的先行者，时趣将技术基因、创意基因和服务基因进行深度融合，帮助客户取得更大成功。

详情链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/ILd2f-g1MjrSQOISJUQ7tQ>



3、大公司不断的人才流失，变成更多的小公司。

时趣之道：面对人才流失的行业怪圈，时趣 CEO 张锐探索出独特商业模式：前台 + 中台模式。构建“平台+创业团队”的组织，本着客户至上的原则，时趣颠覆性的以大中台、小前台的内部管理机制，建立起一套围绕客户的服务体系。

服务的主要客户

时趣目前服务的超过 200 家大型企业级客户，主要来自与化妆品、食品饮料、服装、高科技、互联网和消费电子行业。时趣长期服务的主要客户有联合利华、蒙牛、联想、拜耳、滴滴、优酷、李维斯、LVMH、3M、宝洁、腾讯、华为等。

在近几年，时趣也成功的在汽车、制药、白酒行业获得了该领域的标杆性客户，从而使我们的服务能力和团队经验，几乎横跨了所有面对消费者市场的领域。2018 年还有新增美的集团 2018 年大众化传播年度代理，洋河集团 2018 年微客品牌及产品的包装设计传播等业务还有大众中国、宝马、LG、惠普、小米有品、博世、诺华、今日头条、支付宝、德芙、壹钱包、吉斯卡、Nutria-Life、中川 001、FAMA、斗米、微客、3M、易车、美赞臣、淘票票、携程美食林、Stage Q、口味王等。