

吴瑾旻

公司职位：舞刀弄影文化传媒创始人、总经理、总制片人

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销新锐人物

人物简介



吴瑾旻女士作为舞刀弄影文化传媒创始人、总经理及总制片人，一直致力于用精准的洞察，寻找品牌表达和大众情感的共鸣点，用优质的高传播内容为品牌和消费者之间构建情感交流的桥梁。

并不断尝试借鉴好莱坞先进的制片模式，努力打造以制片人为中心，集策划、制作、宣发一体的“互联网云制片平台”，为国内互联网影视行业构建规范化的先进流程，并不断的寻求创新，不断打破内容和广告的边界，寻找内容营销新的场景。

数字营销领域创新表现

吴瑾旻女士 2018 年共计操盘了 19 个爆款广告项目，1 部新媒体剧，1 部互动电影，因其对大众情绪的精准洞察，和注重情感连接的沟通方式，项目上线都能获得消费者的大量自发传播，往往能以极低的宣发费用撬动极大的传播能量。2018 年作品总计播放量超过 10 亿次，为 999、百雀羚、民生银行、屈臣氏、华为荣耀、中信银行、知乎、鲁南制药等十几家国内知名品牌，显著的提高了品牌影响力和品牌好感度

其中：

1、《健康本该如此》案例

实现现象级传播，半年时间内数次在朋友圈刷屏，总计播放量超过 2.2 亿。多次入选半年、年度案例榜单。成功为将华润三九和关键词“健康”关联在一起，构建品牌“全民健康行动践行者”的品牌新形象，让品牌的大众认可度上升到新的高度。

视频链接：<https://v.qq.com/x/page/u0639mi3tjp.html>

2、《平凡英雄》案例

在 P2P 行业被央视点名后，理财行业的广告愈发难做。舞刀弄影巧妙的洞察到当下的“城市焦虑症”，中秋节期间上线，准确切中大众情绪点，视频播放总计超过 5000 万。微博话题阅读量 1700 万+，上线后引发共青团中央、视觉志、杨澜、网易新闻等超过 2 万家微信公众号账号转载，被称作年度反焦虑案例。

视频案例：<https://v.qq.com/x/page/n0627afnu4b.html>

3、《不负此生》案例

为鲁南制药 50 周年策划的《不负此生》案例，准确的击中线下年轻人的迷茫，一支品牌态度短片奇迹般收获了近 5000 万播放，并同时策划了人民日报对鲁南制药的相关采访和报导，为鲁南制药的品牌高度和品牌知名度做出了一次显著的提高。

视频链接：<https://v.qq.com/x/page/l07602ydihd.html>

4、《谢谢你，陌生人》新媒体剧项目

品牌新媒体剧项目的第一个成熟作品，用 9 个故事诠释 999 感冒灵的温暖，成功收获 1.3 亿播放，同时用内容跨界电商、周边音频节目、线下主题快闪店、主题地铁等立体化的传播方式不断丰富 IP 的厚度，让全国观众再 2018 年初的寒冬感受了一波感冒灵的“暖”。

视频链接：<https://v.qq.com/detail/l/l6moszgnq8j0gra.html>

以及通过一个个实打实的案例，吴瑾旻女士带领舞刀弄影成功的树立了舞刀弄影在品牌、广告、内容创作等多个圈层的影响力。

吴瑾旻女士 2018 年带领公司实现营业额的逆势数倍增长，达到近 1 个亿，通过持续的产出爆款项目，成功树立了舞刀弄影在品牌传播和品牌营销上的专业度和成熟度。

吴瑾旻女士作为公司的“创意大脑”，不断积极探索内容营销的新可能，在 2018 年开发了新产品“品牌新媒体剧”，开辟了品牌 IP 打造的新途径。上线了筹划已久的“互动电影”项目《秘密恋人》，为品牌的传播和营销寻找新的场景和方式。

同事评价

999 感冒灵产品经理 赵成昆：

小舞（吴瑾旻）用优质的内容，成功在 2017-2018 年把感冒灵的 slogan “暖暖的很贴心” 转化成了消费者心中的“暖”，和消费者产生了深层次的情感链接，也成功的把 999 感冒灵塑造成了“最暖品牌”。

舞刀弄影制片中心副总监 温燕娟：

小舞（吴瑾旻）在这一年，带领公司飞速发展，精确的洞察力和营销的有效性是她最明显的特点。而且她总是不断地寻求突破和创新，在 2018 年开发了新媒体剧和互动电影两大新产品，丰富了公司的产品形式，也是在寻找数字营销的新方向。