

E-link 太平网联广告

官方网址: www.el-ad.com

公司类型: 数字营销代理公司

公司简介及核心优势

E-link 太平网联为广州 4A 时任的主席单位, 过往 28 年的经营中, 从可口可乐开始, 从 4A 品牌代理公司职能转变为数字技术为核心的商业创意公司。以内容服务为主, 营收规模在 3000 万左右。主要为健康生活类的行业客户, 提供商业品牌咨询、影像行销、IP 跨界整合和互动, 四大领域的服务。同时, E-link 在内容创造上, 也针对行业客户, 建立了包括音乐、纪录片和 IP 等独立的内容产品, 有效协同客户和消费者之间的链接。

数字营销领域突出成绩

联合 Discovery 制作的“探秘高山植物”的纪录片: 全球化输出, 超 14400 万个家庭订户观看《探秘高山植物》, 纪录片播出 3 天, 网络浏览量已超 30 万, 帮助客户礼盒销售近 6.4 万套, 总金额高达 2781 万元。

新西兰爱瑞嘉奶粉的全球第一款婴幼儿手环: 历时长达 7 个月的研究与开发, 承接爱瑞嘉“精适营养, 全面呵护, 成就宝宝每一步”品牌理念, 用科学的方式解决个性化育儿问题。从而打破传统奶粉营销价格加促销的模式, 通过大数据带来更多高端定制化服务。

台湾贝尔安亲的“人机大战”事件影像: 围绕“孩子不是机器人”, 以“话题营销+产品创新+精准传播”, 通过双师教育, 来累积贝尔安亲的品牌资产。不仅《南方财经报道》对此事进行了报道, 视频在线上播放总量达 59 万+, 130+ 网络媒体新闻跟踪报导, 事件全网总曝光 90 万+。

新希望活润的“世界杯元气挑战赛”事件营销: 以“男女平权”的切入点, 在以男性为主的世界杯期间, 为以女性消费者为主的活润酸奶, 巧妙地实现借势。我们在活润优酪乳的粉丝中组织了一场别开生面的无性别球赛, 由元气少女陈意涵, 带领活润的女性军团向世界著名的球星欧文发起了挑战。72 万人参与活润 AR 游戏的互动, 290 万次的朋友圈广告曝光, 触达人群超过 120 万人次。帮助活润的销量提升了 30%。

此外, 还有腾讯“陪伴是最好的礼物”圣诞节行销等经典案例。E-link 也获得了包括时报华文、中广节在内的亚太区多个奖项的肯定。

服务的主要客户

腾讯、蔡司、安利、光明、新希望乳业、君乐宝乳业等。