**甘琛**

**公司职位**：四川西行驿站文化传播有限公司副总经理

**参选类别**：年度数字营销创新力人物

**人物简介**



甘琛，2014年至今担任四川西行驿站文化传播有限公司副总经理。美国营销学会专业会员。2004年硕士毕业于英国索福尔德大学国际贸易专业。2005年至2014年，先后担任过奥迪中国市场部主管、奥迪中国公关部高级主管、宝马中国区域公关经理。

**数字营销领域创新/成长表现**

**创新点一：基于大数据分析的汽车市场服务的数字营销创新应用**

根据不同产品特性及不同客群的不同需求为客户量身定制营销方案。通过有效的数据分析，根据车型生活方式、客群的喜好，来规划符合车型格调的风景目的地，设置创新互动环节，帮助客户在此过程中更直接了解车型功能，有效实现产品与客户的沟通。

基于大数据分析，根据人群定位及品牌理念，设定高契合度的品牌活动，精准覆盖受众，增强与客户的互动与交流，从而提高现有客户的忠诚度，为品牌及销售端提供有效的销售线索和销售转化。

以雷克萨斯活动项目为例，通过前期的市场调研数据分析，确定策划方案以“环保”为主题，口号为“做·不容辞 打造一场‘净 随心动’的活动”，为品牌传递“关爱环保，随心而动”的品牌格调，并联动成都大熊猫繁育研究基金实现跨界营销，以“绿色环保”为契合点，以“公益”为关联点实现跨界，为行动带来更大体量和更多话题，达到传播成本最小化，同时实现行动影响力最大化，共同提升彼此品牌价值。通过构建以电台、汽车垂直网站为主的宣传阵地打开传播力度，辅以KOL、微信公众号、经销商及参与车主自媒体实现传播的精准与定向，最大化传播高度、深度。

**创新点二：从理论出发指导实践，又通过实践推动理论的理论实践相结合的营销方式创新**

除了将数据赋能营销模式积极用到实际案例中，还特别注重从实践经验中沉淀下来，将自己的经验总结形成专业文章发表在权威专业期刊上。比如2022年11月在《现代营销》发表的文章《大数据背景下汽车市场服务营销的特点及营销策略研究》中，甘琛根据大数据背景下汽车市场服务营销的特点（营销信息精准投放、消费热点便捷获取、市场服务及时有效），创新性的提出了三位一体的大数据背景下汽车市场服务营销的策略：构建汽车网络营销平台、打造汽车市场营销数据库、强化汽车销售专业。

另外撰写的《进口汽车中国市场营销策略的优化分析》也被《现代营销》录用，预计2023年3-4月发表，《新媒体时代汽车品牌营销传播的策略分析—以某进口汽车品牌为例》已经被《商展经济》收录，预计2023年6月发表。

**创新点三：建立并完善基于数据分析的客户管理体系，为公司拓展多领域多行业客户渠道**

建立并完善了公司基于数据分析的客户管理体系，通过建立全面准确的数据、精细化数据管理、以及数据挖掘三个方面实现实时处理数据、预测分析，让公司更全面了解客户需求、有效识别和利用商业机会、提高公司服务质量，使得近两年公司由单一的汽车品牌客户拓展到多行业的客户，比如五粮液、茶百道、四川省电视台等，大大丰富了客户渠道和业务领域。

**创新点四：搭建公司信息资源管理系统，创新信息资源管理方式**

2019年主导公司建立了信息资源系统，完善项目预算、成本控制、项目品质监督等体系，为公司有效提升了3%-5%的项目毛利润，给公司创造了较大的经济效益。

**业界评价**

**四川西行驿站文化传播有限公司行政经理 汤霞**

她是一位行动力执行力极强的人，不仅迅速从0开始组建公司市场团队，为提高团队品质，积极为团队培养人才，带领团队不断攻克难关，成功获取公司公司近两年的重要项目！

**德国汽车工业协会 Sandro Liu**

Ms. Gan is our faithful friend. She has unique and forward-looking insights into China's digital marketing industry.

**美国营销学会 Taylor Chen**

Ms. Gan is a passionate marketing professional. Her performance has always been recognized by us.