

华纳世纪



华纳世纪

- **参选类别：**年度数字营销杰出服务商

- **公司介绍**

- 华纳世纪成立于2009年，是一家以策略见长，创意出众，为品牌连接年轻人，赋能品牌增长的智能数字营销公司，把握互联网浪潮下新消费，新场景，新人群，正式开启全面的整合营销新境界。业务能力覆盖公关、数字、新媒体、电商的综合型营销公司。核心团队均为整合营销传播及互联网资深从业者，在北京、上海、广州、成都、设置办事机构。营销服务能力覆盖全国。

- **发展历程**

- 2009年，成立
- 2012年，提供公关服务和品牌咨询。
- 2015年，增加数字营销领域服务，致力于帮助客户利用最新的数字技术和营销策略，为客户提供量身定制的数字营销解决方案。
- 2019年，成立“叁分创意热店”，打造热点事件营销；成为抖音官方MCN机构，采用“MCN+数字营销”全线上矩阵策略，为客户提供全方位的数字化营销服务。
- 2020年至今，随着兴趣电商红利时代来临和社交媒体的迅猛发展，我们取得了许多行业内的突出成就和荣誉。
- 2023-2024年，金融保险领域持续发力，在整合营销，视频拍摄，社媒运营，直播提高营销服务，获得诸多金融客户的好评。

- **公司奖项**

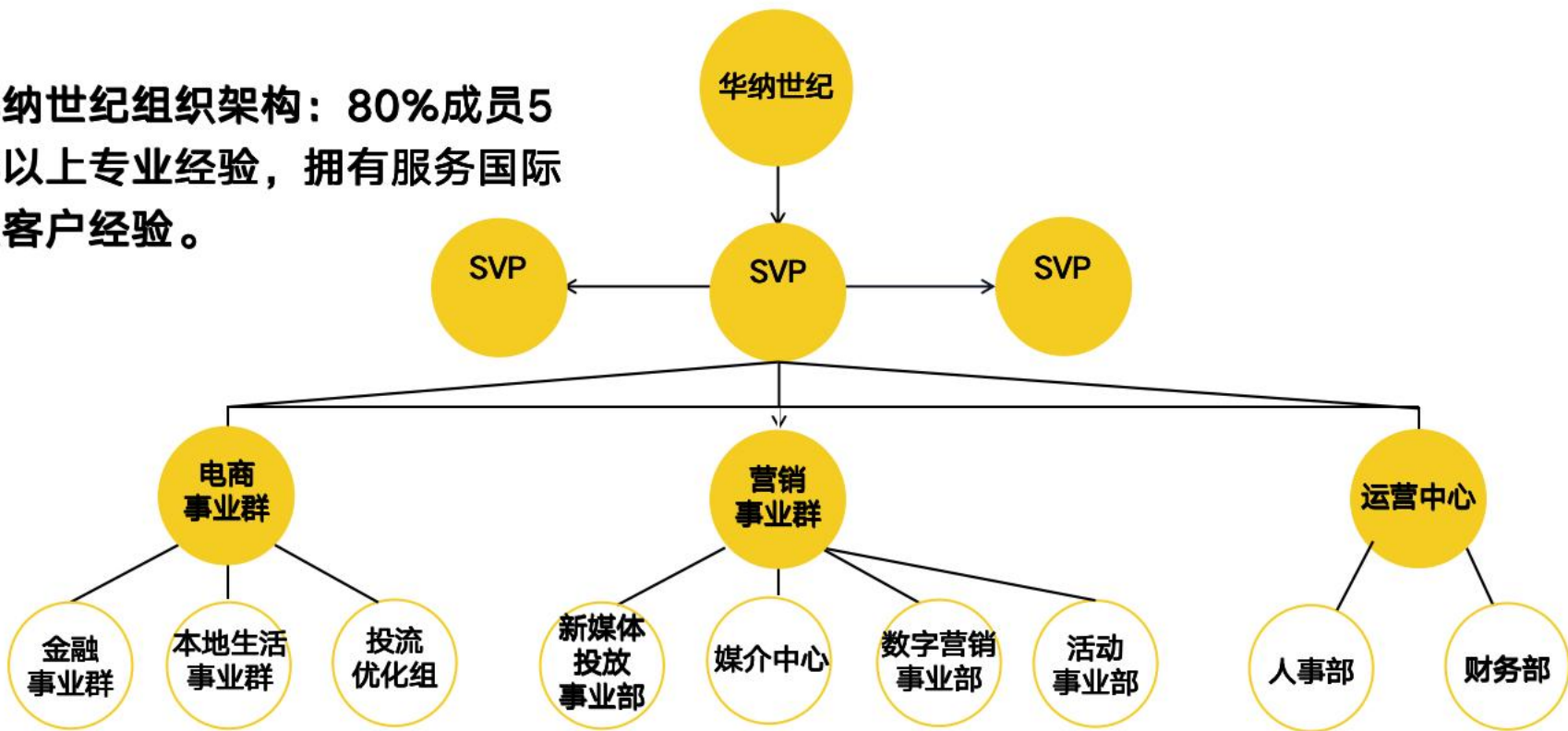
- 2023年IAI年度公关公司、2024IAI年度公关公司；
- TMA十周年年度移动营销公司，第11届TMA年度创新力移动营销服务商；
- ADMEN商业价值总评榜·年度数字营销服务机构
- 第15届金鼠标年度数字营销杰出服务商

- **公司优势**

- 1.创新能力：以灵活的组织架构为基石，吸纳极具创意的复合型人才，以新锐、创新为核心，通过创新的数字营销方式为品牌主和消费者搭建沟通的桥梁。
- 2.服务能力：核心团队均拥有国内知名传播机构从业经验，深谙全媒体营销策略体系，拥有丰富的策划及传播执行经验，致力于为客户提供全方位的营销服务。
- 3.整合能力：多元化的内容、多维度的媒体渠道、专业的从业人员，三大优势全面整合，以移动、社交、内容、视频为主流的营销手段不断升级，为服务客户打开更广阔的合作渠道。
- 4.丰富资源：丰富的政府资源、媒介资源、异业资源为品牌传播提供优质的平台，充分扩大整体传播效果。

- 团队架构

华纳世纪组织架构：80%成员5年以上专业经验，拥有服务国际大客户经验。



- 华纳世纪运营着3-4个专场大直播间以及8-10个日常直播间，具备强大的运营能力。此外，公司在重庆设有自播基地，可同时开播15-20个直播间，并拥有百余位主播的储备资源，能够快速响应客户需求。我们拥有行业经验丰富的投放团队，能够精准把握本地市场动态，运用先进的数据分析工具，深度挖掘目标客户群体的需求和偏好，从而实现推广资源的高效投放。

电商业务

在本地生活业务领域，成绩斐然：单品牌GMV最高累计提升超**400万**。其中，餐饮、酒旅及综合类业务，合力助推各品牌实现**2000万**GMV的增长。餐饮板块尤为突出，单月最高助力品牌方提升**300万**GMV。

通过多元化投放策略与运营手段，不仅使合作品牌直播产出提升40%，核销率更是提升至60%，显著提升餐厅知名度，有效吸引大量客流。

综合类目方面，为合作商家打造了单账号单场单门店GMV提升10万、曝光量增加6万的出色成绩，有力推动客户商品的高效销售转化，实现品牌广泛传播。



深耕金融保险领域，服务品牌均为知名客户，如：众安保险、太平洋保险、泰康人寿、中国人寿、阳光保险、平安保险、平安银行、中国人保、国泰保险、洋钱罐，度小满等。为客户实现销售转化。

平安汽融直播

平安银行北分通过绿幕+实景形式的直播形式协助不同合作车企，不同门店收取北京地区线索分发合作主机厂置换汽车金融比例。同时通过KOS，KOB进行笔记投放。直播场次11场，曝光35w，KOB+KOS总曝光近300w。



平安财富直播

通过当月财经热门话题创作专场，辅助行员+外部主播的形式，实现声量传播和专业放大，已引导企微的形式进行私域成交。总曝光70w。



太平洋保险少儿险

打造太平洋少儿官方直播间，根据潜力产品分析，推动产品优化条款，突破量级放大成交。月消耗百万，ROI稳定1.25。



阳光看病保

内容从0—1，维护账号的日常更新，每天更新，创意搜集，拍摄剪辑，结合直播间及账户人群精准圈选人群包，配合金融保险徕卡做投放，维持稳定人群画像。累计消耗百万，单日最高roi2+



众安众民保

传统保司混搭新玩法，打破刻板，开启直播新纪元。将行业爆款素材变为自有创意资产进行标准化拆解复刻，高产能打造保险引流视频爆款矩阵。单日达成支付200单；

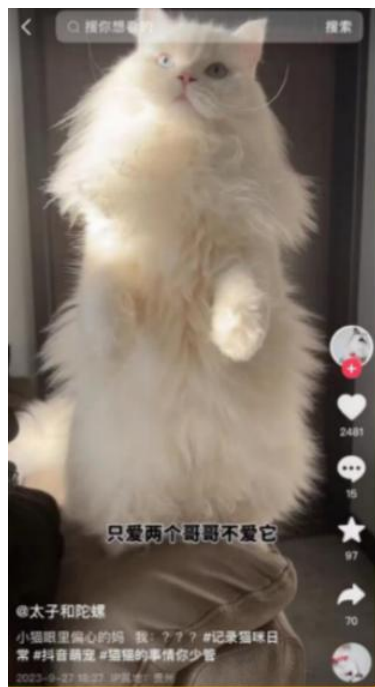


此外，为各个保险业务线提供小红书及抖音达人种草及投放，通过自身笔记输出及达人种草，共同发力，提高品牌知名度和影响力。

如众安保险好医保门诊险达人种草项目，通过全面且系统的投放策略，极大地提升了“好医保门诊险”话题在小红书平台上的浏览量数据表现，同时显著增强了用户的自发性参与程度。为“好医保门诊险”在小红书平台上的传播与推广奠定了坚实的基础。项目博主参与人数超200+，项目累计曝光842w+ #门诊险 话题新增浏览量2000w+，海量用户主动转发和评论累计带来互动超14w+。

同时，为众安安康保，儿童险，众民保等进行社会化运营，度过冷启动时期，

并且为众安保险获得了TMA年度年度移动创新力品牌。





SOLANA蓝色港湾灯光节营销

作为蓝色港湾年度核心IP，灯光节已连续举办十七届，是北京最早且规模最大的灯光节之一，每年吸引近千万人次游客参观。

第十七届灯光节以“寻光而遇”为主题，通过数字营销+艺术场景+商业生态三维联动，打造沉浸式光影体验。作为全案服务商，我们以数据化运营、跨界资源整合、可持续品牌叙事为核心，助力品牌实现客流、品牌、商业价值三重跃升。

数据亮点：全平台总互动量超 35万+，# 蓝色港湾灯光节 相关话题阅读量达 3000 万 +，成功推动商业空间向 “城市美学策源地” 转型。



- 本年度重点服务的品牌客户
- 1、字节跳动
- 2、众安保险
- 3、太平洋保险
- 4、平安银行
- 5、国泰产险
- 6、蓝色港湾
- 7、阳光产险
- 8、人寿财险
- 9、平安保险
- 10、泸溪河