**新意互动**

**官方网址：**[www.cig.com.cn](http://www.cig.com.cn)

**参选类别：**年度数字营销创新力代理公司

**公司简介及核心优势**

新意互动成立于2002年，是国内最早专注于数字整合营销服务的代理公司之一，凭借大数据输出的研究洞察、策略创意、媒介投放等优势，构建了一整套互联网模式下的整合营销服务体系，致力于为客户提供更具商业价值的智慧营销服务。

基于Brand 4.0的数字品牌营销模型，新意互动强调从用户角度出发，形成品牌共振与价值观链接，并在此基础之上构建了三大业务生态体系：覆盖品牌营销全生命周期的数字化整合营销服务体系；以大数据技术为核心的智慧营销服务体系；为品牌定制数字影像内容及互动体验等高端可视化营销服务体系，打通数据、创意、媒介以及互动体验等营销闭环，为营销赋能增效。

拥有18年数字全案代理经验，目前拥有创意员工千余人，总部位于北京，在上海、广州、武汉、重庆设立分公司，杭州、长春、合肥、柳州等地设办事处，对客户需求进行快速响应。

凭借专业服务实力与卓越的行业影响力，新意互动累计荣获600 余座行业重量奖项，连续五年荣获“中国汽车行业数字营销企业竞争力排行榜TOP1”，连续8年跻身“中国网络广告公司综合服务排名TOP2”，并荣获“纪念中国广告四十年代表单位”等荣誉。

**数字营销领域突出成绩**

疫情之初，新意互动进行了一次关于疫情影响的专项调研，有近75%的受访者表示其所在的车企正在遭遇“増长困境”。同时，多数受访者也表示企业数字化转型及数字化创新运营，是增长驱动的关键。为了直观地了解全球车企数字化转型的动作与趋势，新意互动自2016年开始就构建了独家观察工具——全球汽车品牌数字化雷达框架，通过锁定重点増长车企，系统性地梳理和介绍标杆案例，每年为行业输出关于车企数字化转型的专业报告，总结启示、探寻数字化赋能增长的关键策略和路径。在今年的报告中，最关键的一个发现就是DTC——直面消费者。

DTC，Direct to Consumer，即“直面消费者”模式，正在成为领先车企数字化赋能增长的典型路径。DTC并不是一种全新的、突破性的模式，但在当下数字经济崛起、存量竞争加剧的商业环境下，DTC的优势越发凸显。与传统模式的价值链相比，DTC的核心在于取消了各链条间的“中间人”，而是构建直营渠道和第一方用户平台，通过掌握第一方用户数据，开发高度专注的用户体验，从而与消费者建立更直接、更个性化的价值互动。

在DTC直面消费者模式的影响之下，2020年新意互动也针对原营销方法论Brand 3.0进行重构升级，全新创建“CIG液态营销增长法则-Brand 4.0”。零和博弈的存量时代，竞争成功的关键不再是流量和市场的规模化增长，而是对存量用户的精细化运营。现在，少数领先企业已开始将用户运营纳入增长战略重点，开始搭建第一方用户平台甚至成立全新用户品牌、用户企业，推动“以用户为中心”的数字化营销转型。

结合Brand 4.0营销新体系、新框架的实践运用，新意互动已帮助一汽-大众奥迪、一汽-大众、一汽马自达、一汽丰田、东风悦达起亚等车企伙伴分别在用户数据识别与打通、第一方用户平台构建（官网、APP、小程序）、用户导向的价值共创营销、内容共创生态等不同维度进行了创新，目前也均取得了较不错的成绩。

**服务的主要客户**

2020年，新意互动先后赢得东风日产、天猫、东风风神、ARCFOX、上汽名爵、上汽荣威、中国联通、郑州日产、东南汽车、长城汽车、WEY、中国银联、蒙牛、北京现代、BMW等品牌客户的多项代理业务，涵盖广告创意、品牌策略、媒介投放、整合传播、全案推广、社会化、新媒体运营等各个领域。