时趣

- **公司网址：**http://www.social-touch.com/
- **微信公众号：**时趣（服务号）、时趣研究院（订阅号）
- **公司类型：**TMA十周年——影响力移动营销公司

公司简介

- *公司发展历程、规模、营收、团队架构、核心业务等*

时趣互动(北京)科技有限公司(简称时趣或时趣Social Touch)，成立于2011年。是一家深度整合创造力人才和AI技术的品牌整合营销公司。时趣综合应用自然语言处理、知识图谱、计算机视觉等AI技术，分析海量品牌营销行为数据，通过自主研发的“洞察引擎”等产品，赋能营销人才有效洞察消费者偏好、掌握竞争趋势、创造影响力更强的创意内容和媒介组合、为客户提供“AI+创造力”的新型营销服务，帮助客户取得优异营销业绩。时趣使命是“赋能创造力”。

- *时趣荣获的业界荣誉：*

金鼠标数字营销大奖年度“最佳数字营销工具”

2021第十二届虎啸奖“年度营销代理公司大奖”

2020-2021连续两年荣获IAI国际广告奖“大中华区年度数字营销公司”

时趣洞察引擎-2020人工智能金炼奖“穿越严峻时期的最强AI企业”

2017、2018、2020三年获得由《哈佛商业评论》评选的管理界至高荣誉 ——“ 拉姆·查兰管理实践奖”

2017-2019连续三年“中国大数据企业排行榜”之智能营销平台No.1、社交数据分析企业No.1

2017哈佛商业评论中国年度最佳雇主之最具智造精神雇主

2016安永复旦评选的“中国最具潜力企业”

2016 Forrester Wave Top 7 China Digital Agency

2015《中国企业家》评选的未来之星100强等

公司简介

公司规模：1000+

团队架构：时趣CEO张锐探索出独特商业模式：前台 + 中台模式。时趣把成立以来多年积累的品牌、技术、管理能力、资本实力、文化等有形和无形的资源，以平台化的方式赋能多个前台业务团队，整个平台的目标变成了支持前台团队更高效的通过市场竞争，赢得和服务好最终客户。

“前台”指，以核心业务骨干为独立经营主体的团队，采用合伙人制度，独立核算。几十个业务团队直接面向客户，绩效激励与项目完成度和客户满意度完全挂钩。

“中台”指，公司层面建立技术、采购、行政、人事、市场、客户管理等中台，全力支撑前台业务团队，为其赋能，保证业务团队能更高效和完善的服务客户。

核心业务：时趣以大数据为根基，提供全营销环节中的策略与创意解决方案，主要包含整合营销传播、品牌营销升级、社会化品牌传播、电商销量提升、KOL种草营销、新媒体流量获取等。

核心优势

- *公司业务模块、产品及服务模式等方面的优势特点，凸显业界影响力*

时趣为企业提供一站式、创新前沿的数字整合营销服务，包括整合营销传播、品牌营销升级、社会化品牌传播、电商销量提升、KOL种草营销和新媒体流量获取服务。

1）整合营销传播

整合营销传播是品牌营销中的重中之重，消费者如何感知品牌、对品牌的看法与见解、品牌想对外传递怎样的理念与价值观……这一切都来自整合营销传播中的策略内核，可以说，没有整合营销策略的品牌是盲目的品牌。

2）品牌营销升级

品牌老化是许多大品牌面临的重要困境，在移动互联网环境下，传统营销已经逐渐失灵，而面对Z世代等新兴群体，传统内容也难以博得其欢心，尤其对于大品牌而言，可以说谁先获得实现品牌年轻化转型，谁就能把握未来的市场。

3）社会化品牌传播

移动社交环境赋予品牌营销新的定义和价值。以往高高再上的品牌形象，需要走下神坛，走入到用户身边。新的营销环境，为品牌主提供了新的舞台同时，也带来巨大的变革挑战。

4）电商销量提升

营销的核心目标之一就是实现销售。线上电商平台的兴起让品牌销售摆脱线下卖场，线上已经逐渐成为主要的产品销售出口，品牌需要新的传播销售思路进行全渠道营销管理。

5）KOL种草营销

随着自媒体、KOL、MCN在品牌营销中扮演着越来越重要的传播角色，种草营销成为了移动互联网时代中重要的效果营销手法，种草营销由于直接指向产品卖货，拥有着与传统品牌推广不相同的推广逻辑。

- ***报选“年度最具影响力移动营销公司”填写***
  - *近一年公司在移动营销领域的重要成就，对业界有一定的影响力*

1）时趣AI营销

传统营销越来越无法适应数字化的企业营销需求，即使是国际巨头广告集团经营状况也在迅速恶化，营销行业也亟需构建新的数字化营销体系，原因在于传统营销面临着四大痛点：营销准确性不足、营销效果难以评估、营销主动性不足、营销效率低下。

时趣AI营销则尝试通过ABC（AI+BigData+Cloud）的手段，成为企业营销的超级大脑，针对性地解决传统营销四大痛点：

时趣AI营销则实时监测超10000家知名品牌的全平台全量数据，以大数据分析品牌表现数据、用户评论关键词等方式，帮助营销人员更加科学地提炼营销洞察，通过对各个KOL渠道的标签数据、品效数据监测分析，筛选最匹配的投放渠道，消除经验主义带来的营销不确定性，从而提高营销的准确性。

年度表现

企业需要一个能够反馈各项营销效果的衡量标准，以满足对未来营销动作进行动态调整的需求。时趣通过检测全网用户的营销反馈舆情表现、评论数据，在通过人工智能算法计算出企业品牌的口碑影响力变化，让企业能够直观看到营销行为所带来的品牌影响力变动，更加科学地评估衡量营销效果。

如同谷歌通过分析相关搜索词数据，能够提前两周知晓流行病的爆发，时趣通过对品牌、对用户全量数据的AI算法计算，可以让企业提前预判品牌口碑走势、用户需求变化、市场环境变化，帮助企业制定相应的营销策略，提前收获营销红利。如果企业营销如同在道路上前行，预判营销问题相当于给了企业一副前行的望远镜，让企业提前知晓前行的路线。

时趣通过大数据动态监测用户在全平台的评价反馈，同时根据用户反馈数据生成新的营销方案建议，以远快于传统营销方案筹备周期的方式，快速响应用户需求，如同企业营销部门的超级大脑，极大地提高营销计划的策划及执行效率。

时趣力图借助ABC（AI+BigData+Cloud）使企业营销流程变得更加科学化、标准化，以企业数字化营销平台的方式赋能品牌营销，帮助企业实现数字化营销的智慧升级，帮助企业看到更远的未来。

2）独特商业模式：前台 + 中台模式。

时趣把成立以来多年积累的品牌、技术、管理能力、资本实力、文化等有形和无形的资源，以平台化的方式赋能多个前台业务团队，整个平台的目标变成了支持前台团队更高效的通过市场竞争，赢得和服务好最终客户。

“前台”指，以核心业务骨干为独立经营主体的团队，采用合伙人制度，独立核算。几十个业务团队直接面向客户，绩效激励与项目完成度和客户满意度完全挂钩。“中台”指，公司层面建立技术、采购、行政、人事、市场、客户管理等中台，全力支撑前台业务团队，为其赋能，保证业务团队能更高效和完善的服务客户。

合作的主要客户

- *近2年服务的主要客户，可分行业展示，名称+logo*

时趣目前服务的超过 200 家大型企业级客户，主要来自与化妆品、食品饮料、服装、高科技、互联网和消费电子行业。时趣长期服务的主要客户有联合利华、优酷、联想、京东、奥迪、环球影城、宝洁、腾讯、惠普等。

在近几年，时趣也成功的在汽车、制药、白酒行业获得了该领域的标杆性客户，从而使我们的服务能力和团队经验，几乎横跨了所有面对消费者市场的领域。 主要服务的客户有：兰芝、Mediheal美迪惠尔、娇韵诗 、 Olay、SK-II、碧欧泉、科颜氏、梦妆、伊蒂之屋、兰芝、自然堂、珀莱雅、卡姿兰、白猫soda、宝洁PCC、Downy、博朗Braun、飘柔、宝洁电商、舒肤佳、美赞臣、百威、金六福、联合利华饮食策划、瑞幸、洋河微客、沃隆、铁达时、惠普、联想PC、京东环球影城、圣淘沙名胜世界、爱驰汽车、新宝骏、奥迪等

Top Mobile Awards

合作的主要客户

SK-II
YOUKU
滴滴出行
Unilever Food Solutions
Lenovo
腾讯视频
OLAY 无惧年龄
支
head & shoulders 海飞丝
hp
my beauty Box
VS SASSOON
P&G
Coca-Cola
Audi 一汽-大众
Kiehl's
BAOJUN
ESTÉE LAUDER
Tide
Midea
BIOTHERM
BIOTHERM HOMME
L'OCCITANE EN PROVENCE
AUSSIE
中粮 COFCO
Nestlé
Rejoice 飘柔
MARS
oppo

McDonald's
SEPHORA
Mead Johnson 美赞臣
WHITE CAT
Walmart 沃尔玛
碧浪
三元食品 SANYUAN
Oral-B
平安银行 PING AN BANK
护舒宝
ARCFOX
抖音
RÉMY MARTIN
农夫山泉 NONGFU SPRING
沃隆 wolong
FOTILE 方太
SWAROVSKI
CLARINS
LANEIGE 兰芝
京东
舒肤佳 Safeguard
万达集团 WANDA GROUP
中国東方航空 CHINA EASTERN