

张恺

- ◆ **公司及职务：**盈际互动创始人兼CEO
- ◆ **参选类别：**年度移动营销杰出人物



● 人物简介

- 2009年国内最大的科技类网站中关村在线手机频道主编
- 2012年全球手机输入法市场份额TOP 1触宝科技 品牌总监
- 2016年美图科技集团高级市场总监
- 2018年创立帮助品牌实现生意增量的内容营销公司 Awinkey盈际
- 熟悉品牌口碑营销逻辑，基于K（核心意见领袖）、P（定位）、C（炒作话题）打造出一套基于品牌资产增长的营销逻辑方法论，我和我的团队始终坚信营销并不是高高在上的方法论，营销应该是更接地气以销售结果为导向的市场行为，15年的从业经验，从一篇新闻稿的打磨，到一个Social话题的策划，始终以内容为导向去打开用户心智的大门，15年始终坚持从品牌口碑的角度出发，如何落地生意为导向，自己内容打磨出一套营销KSC的理论体系，通过这套体系帮助品牌帮助客户做品牌资产的管理与增长，让可以长期获得源源不断的回报。

● 突出贡献

- 与快消行业不一样，OTC领域里面有很多政策限制，Awinkey盈际从4年前开始研究OTC领域的营销打法，基于盈际团队总结的KPC营销方法论，找到相应的营销场景，从定位传达、到产品深度种草，到用户UCG产出，帮助品牌用户、销售的增长。
- 基于O2O平台（例如美团）和线下连锁药房两个主要销售终端思考和策略规划，服务的康恩贝肠炎宁是从产品年销售7亿的GMV到2023年13亿的GMV，从家庭必备营销场景的存量到2023年旅行场景的增量，借势当时具备高密度流量淄博，打造公关营销事件，赋能线下渠道，即时解决了康恩贝肠炎宁4亿的销售GMV，在4年的服务周期见证了康恩贝肠炎宁85%的销售增量。帮助品牌站稳肠道中成药Top1的位置。

● 业界评价

Redwings创始人裘寅：

张总对快销品行业动态、消费者行为、竞争对手策略有深入的理解和敏锐的感知，他非常善于站在客户的角度找准痛点，并给出有效的解决方案。我认为这与他的甲方市场经验及媒体运营的经验密不可分，在营销同行中具备较强的竞争力。

快手汽车商业化负责人郝铎：

张恺及团队具备很强的创造力与想象力，总能跳出传统框架，提出新颖独特的广告策略和创意概念，他鼓励团队敢于尝试新事物，不怕挑战，为品牌塑造差异化优势，无论作为平台还是品牌方都需要这样的思维。

摩灵电科CEO兰亮：

张总不仅关注短期销售业绩，更注重品牌的长期建设。他始终以客户为中心，帮助客户真正实现业务增长目标，他与客户总能实现多年签约的长期合作，是客户信赖的合作伙伴。他做的电动车和otc的案子不仅赢得市场的认可，也为整合行业树立了标杆。