



杨涛

- ◆ **公司及职务：**北京新意互动数字技术有限公司总裁
- ◆ **参选类别：**TMA十周年——移动营销领军人物

杨涛是国内最早从事汽车行业数字营销服务的行业营销专家，拥有超过二十年的数字营销、公关咨询、品牌管理经验，尤其对汽车行业全价值链整合营销有着深刻的理解力和洞察力，用先进的数字技术重新定义了产品、服务与商业模式。服务过的品牌涵盖汽车类、3C类、通讯类、快消类，对于市场开发、品牌升华拥有独到见解和丰富经验。履任虎啸奖、金投赏等多项行业赛事终审评委、营销智库专家，多次被授予行业年度领军人物及杰出成就奖。

- 杨涛提出营销要基于数据赋能，做“用户驱动的全链整合营销服务生态及解决方案”，即从用户发展、用户增长、用户体验、用户关系等全链用户价值运营视角，帮助企业构筑新的营销能力、实现新的营销增长。并结合公司经验提出营销创变解法“CIG-营销增长框架”，其就是典型的金字塔结构。以用户为中心，从底层专注“数字化用户终身营销价值”实现，基于这一底层基石，通过品牌-用户-资源价值共创的营销生态，最终实现企业的数字品牌资产和数字商业双重增长。



- 1、2021年带领业务组为华为客户提供服务，创新性的采用表盘作为营销媒介，采用中国队每获得一块金牌就推送一块表盘的策略，为华为客户做出相当成功的《每一刻 都是伟大时刻》创意传播，也成为近两年比较成功的奥运营销案例，深受行业认可，斩获长城奖、金投赏、IAI、大中华区艾菲奖在内的多个大奖。
- 2、2021年带领东风日产团队，为客户Ni+社群做全案运营，验证公司主推的DTC营销策略，为客户带来全新的社群运营思路，直面用户的营销方式也强化了客户社群的质量，深受客户好评。
- 3、2022年接受互联网周刊专稿邀请，发表《新时代数字营销的应“变”之道》，提出了要做“用户驱动的全链整合营销服务生态及解决方案”帮助企业构筑新的营销能力、实现新的营销增长，该观点深受客户及行业认可。
- 4、2021年带领屈臣氏及东风日产两只团队，促成了一场跨界营销。“东风风神奕炫GS×屈臣氏”车企和快消跨界联动，打造了一场围绕女性受众的精准跨界合作，该案例荣获IAI、虎啸奖等多项大奖。
- 5、2023年带领虚拟现实业务部，创新洞察MR的前景，为宝马客户服务了里达工厂AR体验项目，全景1：1复刻了工厂的全貌，可以全程体验包括流水线在内的工厂所有功能，为客户节省了大量的人力、物力成本，深受客户认可，成为近年来虚拟现实行业的标杆案例。

- 作为公司领导层，提出并力推公司践行“数据赋能业务”“数据赋能服务”“数据赋能增长”的营销服务策略。如今，新意互动基于DTC品牌直面用户模式出发，构建了涵盖数字策略、数字营销、数字广告等8款数字产品的CMC营销云产品，已在营销全价值链释放出可观效能。
- 同时洞察到营销行业不断变化的趋势，主张公司业务分化，事业部化，于2022年孵化出四大业务板块，涵盖数字营销、MarTech（即智能营销）、DTC（Direct to Consumer，即营销数字化）和沉浸体验（即体验营销），可以为为客户提供全链路的营销解决方案。
- 积极开拓市场，帮助公司脱离传统营销代理模式，由曾经的专业汽车整合营销服务商转变成有多行业服务能力的数字整合营销服务商。
- 公司获得多项奖项，包括：中国商务广告协会2021-2022年度优秀数字营销策划与代理机构称号、第十一年蝉联互联网周刊数字营销公司排行TOP2、历年多项奖项颁发的年度营销代理公司称号、纪念中国广告四十年代表单位等。

杨涛作为营销界颇具影响力的领导者，见证并一直参与推动数字营销理念与方法论的升级迭代，不断尝试探索创新商业模式，以一己之力为数字化营销变革的快速发展注入新动能，是一个优秀的营销领军人物。

互联网周刊创始人 高在朗

杨涛深耕数字营销领域近20年，追求向新、向上，不断创新营销数字化的运营方式，推动品牌可持续营销增长，探寻营销新模式，是一个不断追求进取的广告人，也是公司发展的领航人。

中国广告协会会长 张国华

从业20年，杨涛凭借对数字营销敏锐的洞察力与出色的领导能力帮助客户重塑品牌定位，带领团队以先进技术与创意帮助企业进行数字化转型，带领新意互动经受考验、一步步从优秀到卓越，是难得的行业领军人物。

虎啸奖创始人 陈徐彬