



# 叶国洪

- ◆ **公司及职务：**PATEO REPUBLICX 总经理
- ◆ **参选类别：**TMA十周年——移动营销领军人物

## 个人工作经历及过往成就

- 作为一名行业领军者，Tony曾在中国内地和香港的许多4A广告公司担任高级管理层职位，包括1998-2002 伟门 Wunderman Greater China CEO、2002-2010 葛瑞集团 Grey Group G2 Greater China MD、2010-2017 Possible China MD。他也是第一批选择常驻国内发展的香港专业人才。早在90年代，Tony在北京设立了中国第一个伟门（Wunderman）办公室，是开启以创意+数据驱动解决方案的行业先行者。
- 不断创新是能成为行业长青树的重要原因。早在2004年，Tony 推动与上汽集团合作，为上汽大众，上汽斯柯达的品牌创立CRM营销系统，在汽车行业中，最早落实及推进以客户为中心，数据驱动的全生命周期的CRM 营销。在移动互联网刚起步阶段，2008年精信G2联合移动梦网为上汽大众推出首个基于移动互联网的北京奥运会mobile site。集品牌与实效营销双重目标的大型推广，取得在移动营销的行业领先地位。
- 2010年，Tony带领Possible（WPP AGENCY）团队进军电子商务，以创意+数据+运营的模式为Possible China 赢取NIKE 在中国第一个电子商务的业务，创建第一个Nikestore.com. POSSIBLE 后来和Wunderman 合并成为Wunderman E-commerce 的主要成员。
- 2011年TONY成功开创高端洋酒的全新体验营销及销售模式，并在上海为帝亚吉欧（DIAGEO）开设了苏格兰地区以外的第一家Johnnie Walker House(尊邸)，当时取得非常成功的业绩，并在2012年与2014年在北京及成都相继开设Johnnie Walker House (尊邸)，以体验店直营直销的模式进行定制化服务，以用户为中心的产品创新等策略，颠覆高端洋酒在国内30年从没改变过的销售渠道布局及营销手法、运营7年取得突破性及长远的成果。现在各高端洋酒品牌开始跟随，引入同样模式运营。

## 个人工作经历及过往成就

- 过去20多年的发展，Tony 一直在体验营销、数字营销、社交营销和CRM营销领域深度发展并取得卓越成绩。2018 年Tony 进驻Fractalist 担任中国区总裁一职，致力将公司发展成一个创新型整合营销机构，不断在创意、技术和数据领域发力，成为行业标杆公司。在飞拓公司 3 年期间，为公司赢得一下社会化媒体营销；宝马汽车，上汽大众汽车，大众集团，捷豹路虎，福特野马，上汽通用 - 别克，兰博基尼，BYTON， 威马等汽车客户，成绩斐然。
- 在累积 3 0 年经验的Agency 行业，Tony在2021转型加入PATEO博泰车联网，进入产品体验设计及创新领域。在服务众多新势力新能源汽车的5年中，自动驾驶与智能网联的技术不断发展，Tony初心不变，坚持持续用户体验创新的重要性，带领团队实施把创意落实到产品研发上，以及把营销及运营策略落实在前端产品规划阶段 – 他坚信这是最有趣的事，也是最重要的事。2021 年 加入PATEO博泰车联网并在 2022年成立全资子公司“博泰共和” 出任创新体验及用户运营总经理一职，基于PATEO 在车联网的运营经验及硬件软件科技结合的独特累积，Tony的加入为集团注入了更多以用户体验驱动的产品创新设计及服务生态（包括自建及第三方生态-腾讯），加快技术与创意的结合、推动营销，运营，销售模式创新，为用户提供更加极致和具有竞争力的产品和服务。
- Tony主要负责战略咨询，智能座舱产品及场景创新、用户体验设计，多端交互设计，营销及用户运营，生态建设等领域的工作。主要合作客户有一汽红旗，一汽奔腾，东风风神，阿维塔等。

为公司发展做出的突出贡献和成绩

## **WUNDERMAN - GREATER CHINA MD 1998-2003**

- 作为来自传统广告机构的数据/直邮（DM）领域的新人，我的角色是分析中国发展趋势，并向总部提供1998年至2002年中国五年发展计划的战略建议。在1998年，伟门的核心业务是为IBM、爱立信和福特汽车的Direct Marketing 业务。2000年（千禧年）是传统和数字世界的交汇点上，作为伟门中国区的负责人，我坚信我们必须成为拥抱“数字”世界到来的先驱，并引入CRM - 客户关系“营销”的新概念。我们成功地从传统的直邮市场转型为Digital CRM的领先服务供应商，并在1998年至2001年中国互联网繁荣的第一波浪潮中迎接了互联网的变革。我们在1998年为福特推出了第一个CRM系统，并在1999年为爱立信推出了强大的贸易CRM数据库的营销计划。我们还在1999/2000年为IBM扩大了中小企业潜在客户的呼叫中心。
- 这三个支柱业务成为伟门在中国早期互联网时代成功的基石。公司规模从1998年的5人增长到2002年的300多人。

为公司发展做出的突出贡献和成绩

## **GREY GROUP-G2 GREATER CHINA MD 2003-2010**

- 2003年我在Grey/G2的主要角色是扩展该机构在世界级CRM能力方面的服务，以应对中国在新的数字世界中CRM业务的潜在超级增长。我们的第一个客户是2003年的上海大众CRM业务。我们建立了第一个数据驱动和自动触发的现代呼叫中心，以及第一个数字参与平台mysvw.com，以整合上海大众的所有车型，以满足有效潜在客户生成的新需求，并能更好地与大量上海大众车主进行沟通和互动。从2005年到2009年，上海大众CRM业务是WPP在中国所有机构中最大的中国客户。
- 2003年成立G2专业服务团队是该机构的一项开创性和战略性举措，使我们与传统激活机构区分开来，并使我们能够在2003年至2010年的快车道上快速成长，包括赢得了诺基亚、马爹利、多美滋、自然美、资生堂、大众、斯柯达、欧米茄、香港旅游局等标志性的CRM业务，成绩斐然。同时建立了中国专业团队提供的服务包括知识管理、数据库管理、数据分析、技术基础设施、数字媒体、内容开发、移动数字和项目管理，带动行业在移动互联网时代迅速发展。

为公司发展做出的突出贡献和成绩

## POSSIBLE CHINA MD 2010-2018

- 2011年，我刚刚加入的首要任务是提升Possible在中国的知名度，我改变了POSSIBLE 传统的数字化业务而选择了以电子商务为重点引领业务方向。我们迅速提升核心能力，成为综合服务提供商，为天猫旗舰店的全球品牌客户提供数据管理/分析和世界一流的创意，并将数据和创意与绩效优化相结合。
- 我们的定位是成为4A广告公司中全球品牌客户中数据驱动的电子商务服务提供商的第一名。结果非常惊人，我们独特的业务洞察和完美的战略实施使我们赢得了2010年中国耐克品牌的电子商务业务，并为我们赢得了未来几年在中国的更多全球品牌电子商务业务打开了大门。
- 除了开发电子商务业务之外，我们的第二个方向是为奢侈品市场创造一种新的渠道创新模式。凭借我们在客户关系管理和高净值人士社交网络方面的独特能力，我们首次创立的项目是尊尼获加威士忌 - 尊邸 (The Johnnie Walker House) 。2011年5月19日，第一座位于中国的Johnnie Walker House 在中国开业。这座威士忌大使馆坐落在风景如画的思南区一座精心修复的历史建筑中，这个庄园充满了历史和旧世界的魅力，与现代上海的背景形成了鲜明对比。我们成功地在2012年和2014年分别在北京和成都开设了Johnnie Walker House.
- 以体验店直营直销的模式进行定制化服务，以用户为中心的产品创新等策略，颠覆高端洋酒在国内30年从没改变过的销售渠道布局及营销手法、运营 7 年取得突破性及长远的成果。现在各高端洋酒品牌开始跟随，引入同样模式运营。

为公司发展做出的突出贡献和成绩

## **FRACTALIST CHINA PRESIDENT 2018-2020**

- 我在Fractalist的首要角色是推动内部改革从一个已有13年历史的技术移动解决方案公司转型为高度战略、技术驱动、数据驱动和创意营销机构，这是一个非常有趣但充满挑战的任务。
- 重新制定公司的业务方向并不是我工作中最困难的部分...实施新方向才是！在最初的120天里，我花费了大量时间来寻找、说服和留住人才，这是我的日常工作。我一直相信改变我们的“血液”是至关重要的。新的团队非常努力地追逐正确的新机会。我们的战略是追求顶级客户，因为我始终相信顶级客户有能力珍惜他们的代理合作伙伴，这将为我们的可持续增长创造良好的循环。
- 基于Fractalist的技术、移动基因，我们对社交、社交公关和社交CRM的聚焦，为新的Fractalist团队在“社交世界”下建立了强大的综合能力和良好的业务组合。我们坚信创意、数据和技术将引领我们走向未来。
- 在飞拓公司4年期间，为公司赢得一下社会化媒体营销；宝马汽车，上汽大众汽车，大众集团，捷豹路虎，福特野马，上汽通用 - 别克，兰博基尼，BYTON，威马等汽车客户，成绩斐然。

对行业做出的突出贡献，代表性事件/案例

## JOHNNIE WALKER HOUSE

为奢侈品市场创造一种新的渠道创新模式。凭借我们在客户关系管理和高净值人士社交网络方面的独特能力，我们首次创立的项目是尊尼获加威士忌 - 尊邸 (The Johnnie Walker House)。2011年5月19日，第一座位于中国的Johnnie Walker House 在中国开业。这座威士忌大使馆坐落在风景如画的思南区一座精心修复的历史建筑中，这个庄园充满了历史和旧世界的魅力，与现代上海的背景形成了鲜明对比。我们成功地在2012年和2014年分别在北京和成都开设了Johnnie Walker House.

以体验店直营直销的模式进行定制化服务，以用户为中心的产品创新等策略，颠覆高端洋酒在国内30年从没改变过的销售渠道布局及营销手法、运营7年取得突破性及长远的成果。现在各高端洋酒品牌开始跟随，引入同样模式运营。