



王欣欣

- ◆ **公司及职务：**北京一多奇思信息科技有限公司 创始人&CEO
- ◆ **参选类别：**年度移动营销领军人物

- 个人工作经历及过往成就

- ◆ 天津中医药大学 中医临床学学士 & 澳大利亚格里菲斯大学市场管理学硕士。

- ◆ 2001年至今，从事互联网营销20年。

- ◆ 王欣欣女士，曾供职于：强生中国消费品事业部、雅虎中国、新浪、百度、古纳雅尔中国。20年以上互联网市场营销，数字营销及销售管理经验；2020年荣获京东京牌代理顾问委员会委员。2018、2019、2020年分别被评为 **中国广告年度数字影响力人物**、**金鼠标数字营销杰出人物**，**第七届TMA移动年度移动营销领军人物**，同时被评为第七届TMA移动营销终审评委，第十二届金鼠标终审评委。

- ◆ 2011年成为一多奇思**创始人兼CEO**，在品牌数字化营销时代，电商高速发展的今天，开创了为品牌和平台提供基于电商的**数，创，投，运，营**的**“品销合一”全案营销服务模式**。服务客户多为世界500强品牌，为客户在电商领域达成销售目标，实现高销量转化提供服务。
- ◆ 一多奇思北京为总部，2016年成立上海分公司，2018年广州和青岛办事处成立，至今10年时间，一多奇思集团从零收入走入亿元收入行列，年度精准广告消耗达到**4亿**，合作大型客户达到50+。

- **突出贡献**

- ◆ 2021年，在王欣欣的带领下，凭借专业的数据分析、精准投放和整合营销能力为品牌赋能，在用户运营领域取得被客户认可的卓越成绩，成为2021《**京东首批品牌用户运营服务商**》。
- ◆ 2019年-2020年，王欣欣带领一多奇思数据团队，在组建不到半年的时间里创造了多个奇迹，通过了**京东数据ISV高级认证**，成为了**京东2019年度数据ISV服务客户代理商第一名**；同年，带领数据团队利用九数数坊平台，并引入CPI&CPP新指标，在数投一体背景下，精细化品牌资产运营及测算监控成本，为旗下服务的电商客户成功降低了广告投放成本，实现了广告价值最大化，在客户雀巢超品日数创投一体中，使数坊认知人群强化收割，ROI同比增长121%，真正实现了数创投一体化的目标。

- ◆ 2014-2020年度，一多奇思在王欣欣的带领下，利用电商平台大数据获得用户画像，对消费者行为路径、社交属性等进行分析，通过电商平台精准营销、社会化内容营销、搜索引擎营销三部分与用户建立有效连接，帮助品牌达成销售目标，使一多奇思成功成为“数创投运营&品销合一”决策型服务商，并成功服务国际500强快消品牌集团，帮助玛氏、金佰利、百事、惠氏、雀巢等客户在数字营销及电商领域进行高回报广告投放，以及大型campaign的整合策划及执行。
- ◆ 2017年至2020年，王欣欣带领一多奇思斩获金鼠标、TMA移动营销、金麦奖、中国广告年度数字奖等多项嘉奖。在她的带领下，成功在2020年内京东的京准通和内容营销战略中，借助京站内强大的流量转化平台，联合站外京X计划，精准找回消费者，为品牌争取百度、腾讯、今日头条等头部流量资源，获取更大曝光，提高销量转化。

- ◆ 2017至2020年王欣欣女士带领团队获得《阿里妈妈官方整合营销服务商》、《阿里生态合作认证》、《京东京牌数据ISV高级认证》；蝉联《京东京牌五星认证代理》、等优秀代理资质；同时还带领一多奇思斩获金鼠标、TMA移动营销大奖、金麦奖、中国广告年度数字奖等多项嘉奖，在个人，数字团队，公司和项目层面全方位得到业界的认可和褒奖。

JD京牌五星代理&数坊&商智认证&数据分析师&投手资源



天猫2020年度 优秀生态服务商



TMALL天猫

JCGP
消费者运营

—多奇思荣获
2019年度
消费者运营优秀服务商

联合撰写
2019品牌
联合市场白
皮书



获邀“2021金鼠标国际数字营销节” 年度演说嘉宾



王欣欣女士在2021金鼠标国际数字营销节 分享“给洋酒品牌一个电商化的理由”

2021年4月22、23日，刚刚落幕的“2021金鼠标国际数字营销节”中，一多奇思创始人兼CEO王欣欣女士在“2021金鼠标国际数字营销节”现场分享“给洋酒品牌一个电商化的理由”。

2020 京东京牌代理策略委员会委员



2020年受邀参加京东品牌战略大会圆桌会议讨论



第七届TMA移动营销终审评委





天方夜谈 第13期 (总第37期)

双11落幕 聊聊狂欢背后的那些事儿

王欣欣
一多奇思IDOLIDEA总经理

- 2001年至今，从事互联网营销17年
- 先后供职于强生、雅虎、新浪、百度
- 2011年成立一多奇思，服务好奇纸尿裤、美素佳儿、金佰利、玛氏集团、高露洁、百事等十几个品牌

2018年11月13日王欣欣 受邀 网赢天下网主办、微博独家赞助播出的《天方夜谈》第13期节目

男性买玻尿酸？95后买保温杯？双11背后的3大真相与7大趋势

原创：肖明超 肖明超-趋势观察 11月13日

那么，今年的双十一又有哪些新的亮点？狂欢的背后，反映了哪些消费趋势和电商营销的趋势？今天，萌叔做客了由网赢天下网主办、微博独家赞助播出的《天方夜谈》第13期节目，并请出了这场狂欢背后的实战营销人，蓝标电商副总裁杨森森和一多奇思CEO王欣欣一起和萌叔畅聊了“双11落幕聊聊狂欢背后的那些事儿”，结合《肖明超-趋势观察》对于中国消费趋势的观察，我们盘点了关于双11背后的那些趋势。



知萌CEO肖明超（左）、一多奇思CEO王欣欣（中）和蓝标电商副总裁杨森森（右）

消费在下沉。一多奇思CEO王欣欣认为，以前很多品牌，不管牌子还是产品适不适合，都说我要“高端人群”，很少愿意要“低”的，现在，类似拼多多这样的平台出来了，很多品牌商敢于说，“三四线我也要”，而今年“双11”让我们看到城市分级已经很清楚，贡献来自于谁？至少很大一部分人来自农村、城乡结合部这些人，双11把这些人唤醒了。



一多奇思CEO王欣欣

“双11”成为观察消费者消费心理的窗口。一多奇思CEO王欣欣举例说，很多细节从双11可以发现，比如大家仅仅关注手机这个类别，实际上双11期间有手机膜的销售有很大的量，再比如，90后都喜欢养宠物，这个在双11增速很快，这些都是从双11可以看到的新的商机。

因此，从大家的探讨来看，电商平台一方面，还存在一定的**消费红利**，更重要的是这么多的品牌参与双11，不仅仅是凑热闹，而是从双11可以看到消费者的一些趋势的变化，品牌只有掌握双11的“消费心理学”才能赢得这场战争。

2018年4月 受邀 金鼠标国际数字营销节 与 深耕大数据、人工智能行业等7家公司大咖 分享技术变革背后带来的智慧营销之道。

王欣欣 大家之前不会觉得戴森与宠物食品存在什么样的关联。但事实上，通过大数据的分析和用户信息整理，我们会发现购买戴森的消费者也会经常浏览一下猫粮狗粮等宠物食品。基于此我们通过AI与交叉场景的营销活动，针对浏览以及直接购买过戴森吸尘器的人群进行宠物食品的创新投放和营销活动，直接拉动了宠物食品的销量。

类似母婴行业也面临目标用户很快长大丢失的问题，所以需要不断挖新。借助大数据和人工智能，可以通过分析各种交叉关联场景，用户行为标签，大胆尝试与母婴产品关联度较高的跨界场景交叉结合，从而达到意想不到的效果。

AI让营销，尤其是数字营销更加简单。



技术变革，赋能“数”“智”营销

“处于全球热议中的人工智能，并不完全等同于以往定义的人工智能，这一轮人工智能浪潮更多是基于大数据的深度学习算法繁荣的表现，体现于在不同垂直领域的性能提升、效率优化”。4月26-27日，2018金鼠标国际数字营销节在北京盛大举办，此次盛会紧跟数字化创新趋势，特设“人工智能&大数据专场”，邀请了搜狗、Marketin、梅泰诺股份、新好耶、京东、一多奇思、Proton质子链7家深耕大数据与人工智能行业的公司大咖到场分享技术变革背后带来的智慧营销之道。



在“技术变革，赋能‘数’‘智’营销”圆桌论坛中，梅泰诺股份数字营销总裁王帅民，新好耶副总裁曹明，京东商业提升事业部高级总监、大数据及人工智能业务负责人包勇军，一多奇思IDOLIDEA总经理王欣欣，Proton质子链联合创始人兼COO赵子源聚焦人工智能和大数据在数字营销中的创新应用和趋势，为智能化营销提供了更多实质的参考方向。

- 王欣欣女士是一位在数字化营销时代拥有敏锐洞察和战略眼光的企业家。她在行业中多年的实践与创新，积累了丰富的经验，也形成了她独具一格的品效合一运营理念和方法论。在电商高速发展的今天，她提出了基于品牌电商的数投一体的消费者运营理论，突破性的品效合一的方法论，为大量国际品牌在中国的电商领域实现了用户，流量和零售三增长的商业模式。

—— 陈健君 强生视力健 彩片和互联商务事业部负责人

- 从认识欣欣的第一天开始，就一直留给我以踏实、干练、好学上进的女强人印象。中国数字营销信息万变，不断迭代，她作为一名企业管理者，不仅身先士卒率领团队求变思变，拥抱平台创立独到的数字营销模式，帮助品牌更好的运营消费者链路和品牌喜欢度；更是时常深入客户业务需求，聆听品牌心声，不断顺应品牌策略的变化去帮助和寻找业务成长机会点。风云不息、脚步不止，成功的舞台基于她一步一个脚印的坚持！

—— 美素佳儿CMO Jade

- 王欣欣正在创业的起步阶段，你却听不到一句她的抱怨和尖叫。那种力挽狂澜的安静，那种安排好一切的智慧，让人笃定地相信，在这场资本和技术刮起的时代大风里，她自有超常定力。木欣欣以向荣，泉涓涓而始流。风口上只见她俏生生的身影，那是篮球健将、科班中医、第一代互联网社区运营人、纸媒触网操盘高手到电商大戏中创业者的自我迭代。她凌波微步，御风而行，赚钱不仅要站着，更要优雅，这样的蕙质兰心也把一场创业变成了修行的道路。

——吴海蔓（前宝洁中国PR总监）