

广州华拓品效数字营销有限公司

参选类别：年度数字营销创新力代理公司

公司简介及核心优势

作为全新营销时代下的 To B 解决方案的新物种公司，华拓品效整体布局北上广，拥有一支来自世界 500 强甲方、中外 4A 广告和数字营销公司、国内知名媒体及行业独角兽公司的顶尖人士在内的核心团队，成立一年内凭借多个现象级品效营销案例斩获数十座营销行业重量级奖项，获得多个合作品牌的高度认可。

作为新服务价值和模式的引领者，华拓品效以出色的生意策略力、品牌驾驭力、产品概念的创新力、渠道洞悉力为基础，结合跟多家互联网巨头生态的合作关系，打造平台-品牌-产品-内容-资源的最优匹配链，并有专门技术团队带来“电商和社交信息大数据分析+资源人工智能管理”的效率提升模式。因此，华拓品效能为客户提供集生意策略、内容创意、落地执行一体化服务的全年线性品效营销服务，包括品牌定位策略咨询、品牌形象推广、产品电商节点整合营销、多品牌联合电商营销、产品内容种草和直播推广等形式的服务，助力客户实现“品牌”和“生意”的双增长。

类别：品牌整合营销服务商、电商品效整合营销服务商、营销创意服务商、营销媒介服务商公司

客户评价

维达：华拓品效做为维达的长期业务合作伙伴，在合作期间，提供了稳定优质的品效营销与传播服务。通过专业的服务意识及优质的业务能力，从品牌前端策略、内容创意制作，到具体执行动作、口碑管理等各个传播链路中均保质保量的达成甚至超越目标，助力品牌实现“创意开花”与品效协同。

汤臣倍健：我们非常认可华拓品效知行合一的品效营销理念，集策略、创意、执行等一体化服务的品效营销体系。在长期合作中，他们能够主动挖掘品牌营销亮点，高效整合创意资源和渠道，并通过强劲的执行力的不断提升营销效果，助力实现“品牌”和“生意”的双增长。

数字营销领域突出成绩

理念和体系：聚焦 1 个商业目标和项目 KPI，贯彻知行合一品效交互的品效营销理念，提供集策略、创意、执行等一体化服务的全年线性品效营销体系。

创新行动：依托技术升级以及跟多家互联网巨头的合作关系，致力打造“大数据+AI+创新场景体验”的营销模式，通过平台-产品-达人-内容最优匹配链，根据产品力、形象力、可见力、社交力 4 大力构建一个独一无二的品牌魅力，形成品牌区隔力，实现品效交互，助力生意持续增长，持续保持品牌生命力。

创新案例：维达超韧水中纸巾婚纱创意整合营销

背景：

7 年来，维达始终聚焦“韧”的品牌资产，每年都有创新演绎的营销打法，最终将超韧系列纸巾打造成销售额近 100 亿的明星单品。2019 年，面对消费升级+竞品跟随开发“韧”的产品，维达超韧全新大升级，首发京东超级品牌日，如何将新品打造为第 2 个 100 亿爆品？

维达超韧，多年以“纸巾婚纱”制造话题，为女性创造幸福激发购买欲，随着全新超韧升级，如何在营销传播升级带给女性新的共鸣？

目标：

品牌：在产品力上与对手拉大领先区隔，让人们买纸巾就想到全新超韧，且进一步抢占竞品份额；
生意：新品上市战役，拉升全新超韧知名度，实现活动期间站内销量增长及旗舰店年轻女性的拉新。

创意：水中纸巾婚纱——用最韧的纸巾制成婚纱，在 5 米深水下挑战纸巾的极限，让她们无惧爱海波澜。

执行：邀请陈小纭担任挑战官，穿全新超韧纸巾芭蕾舞裙，潜入水下 5 米，挑战纸巾湿水不易破的极限。打造官方发起挑战，女明星穿纸巾婚纱下水接受挑战，全民见证到全民参与挑战的营销链路。同时，也借此致敬每一位外表如纸巾般柔软，内心却韧性、无畏的现代女性。

效果：拉大与对手的产品力区隔，获得年轻女性的高度认可，刷新并占据她们对维达纸巾“韧性”的品牌认知，并刷新电商销售及拉新记录，活动期间站内销量同比增长翻一倍及旗舰店年轻女性拉新 15 万，斩获 2019 艾菲奖、金投赏、莱萌奖等多个营销行业重量级奖项。



图：维达韧性挑战官陈小纭演绎水中芭蕾

服务的主要客户

维达集团、汤臣倍健集团、vivo、屈臣氏、健力宝等。