刘伽

公司职位：OmniMarketingTM 总裁、Kaplus 数字咨询 CEO、 Diamond Republic 联合创始人
参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销新锐人物

人物简介

作为一位实战派出身的资深数字营销从业者，刘伽在中国数字技术与数字营销初始阶段便深植于营销行业的前沿，近 10 年深耕数字品牌咨询与营销。拥有国际 4A 广告公司的工作经历并于 2016 年初自主创业，一直致力于为来自不同国家和行业的客户提供在中国的战略品牌咨询/数字营销及经

验解决方案，帮助品牌企业树立数字品牌 DNA、构建营销体系、经营思维、运营管理等数字化经营模式。目前她服务的客户包含美泰集团，百盛集团，资生堂，Harry Winston, Swiss Re 等 20 多家知名品牌企业和上市公司。

数字营销领域创新表现

近两年，传统广告和数字营销界都面临了巨大的变化，在变动的浪潮中，每一位营销人都在摸索着怎样转变去获得更多的生存机会。思在先，则赢在先。越来越多的新名词出现在 2019 年的营销寒冬，不管新零售，社交电商，亦或是会员经济，融会贯通的结合实际才是突出重围的唯一可能。

2018 年，我们与现有长期合作的客户探讨新型的营销模式。针对百盛集团，在中国市场拥有 45 间线下大型商场，但是在线上营销盛行的今天，如何突破商场固有的地域限制是百盛集团自转型以来一直在思考的重点。品牌升级和业务数字化并线升级的需求下，我们提出了线下主导并优化消费者体验的 O2O 商业模式。通过对百盛数字资产的统一整合及业务数字中台的搭建，从更了解消费者开始，进入新一代的营销模式。

在现代营销环境中，消费者已经不再满足产品的功能属性信息，更期望在品牌互动和传播输出中得到更多社交价值和自我需求的实现。除了探索新的线上线下结合的营销模式，作为专业的数字营销服务商，我们更期待以策略模型、数字技术和创意内容为品牌生态圈的构建赋能升级，打造有转化力和持续性的营销模式。

我们帮助知名国际玩具公司美泰针对旗下小车品牌风火轮（Hotwheels）在中国市场实现了粉丝的有效聚集和社群管理的优化。通过调研，我们发现风火轮的粉丝分布较为广泛，缺少一个有效聚拢及长期社群培养的平台。我们利用微信及小程序“易触达，长停留，乐分享”的优势，搭载创意及数字化的社交方式，为风火轮打造了粉丝俱乐部这一基于微信的圈层社交平台。粉丝俱乐部不仅解决了风火轮粉丝聚集和现有粉丝激活的问题，也成为品牌长期输出小车文化，培养用户心智，促进圈层社交和销售转化的主要阵地。

回顾 2018 年，OmniMarketing™ 不仅实现了业务和团队的扩张升级，还投资以品牌商业策略为方向的咨询公司 KAPLUS, 以及专业创意内容服务商 LLY，以一体两翼的策略架构整合优势资源，从策略源头到执行形成效果导向通路，以期打造集合策略、创意、技术、资源、服务为一体的新型整合广告策略集团。KAPLUS 致力于为品牌提供数字化转型策略和其他市场策略研究，帮助品牌和企业从营销到业务运营、甚至是企业管理，打造数字化升级、优化和完整品牌数字生态圈。LLY 则成为 OmniMarketing™ 下专业细分的创意工作室，为品牌创意内容的输出赋能。

在现在至未来 1-2 年内，对于公司的核心业务，我们将继续纵向探索：从企业业务层面、营销层面到传播层面全方位为企业和品牌赋能的整合，根据品牌对于现代营销环境的转变，提出相应的数字营销解决方案。随着 5G 的推出和大家对智能手机的依赖，新的业务突破口将会更针对在如何增加用户社交粘性和实际销售转换上。

基于这样的背景，针对不同行业、品类的客户的数字化转型模式的研究和落地测试（打造行业数字

小黑盒），将会是 OmniMarketing™ 未来 1-2 年的方向。例如针对美妆，我们在为客户深化美妆会员的电商模式研究，以专业意见领袖结合社交电商的模式拓展品牌社交传播属性和销售转换力。针对零售行业的数字生态转型，我们将深化新零售下线下商场的新型营销模式，深度研究商场品牌怎样突破地域流量，结合线上流量，拓展生存空间。

同时在 OmniMarketing™ 的集团业务架构上，我们计划从策略和技术研发层面助力模块部分的业务模型深挖，输出更多自有产品，打造独角兽策略和营销工具。

同事评价

1、刘伽最让我佩服的是，她对于“学习”这件事的热情。不管是在业务发展，还是公司管理上，她会利用一切契机学习思辨，并且和团队讨论。在她的带领下，Omni 虽然是一个后起之秀，却得到了快速的成长。不定式思维，始终向前看，抱着思辨的态度，用学习的精神看待工作和生活中的每一件事，是我最欣赏刘伽之处。

2、和刘伽工作多年来，对她最深刻的印象在于她的“完美主义”，这不仅体现在她对待每一件事情的精益求精上，也体现在她对于每一个员工的关怀上。她胆大心细，带着敏锐的商业嗅觉和前瞻性的眼光带领公司始终保持活力，积极拥抱行业变化。

寄语数字营销人

数字营销行业本来就是快速发展的行业，不要恐惧变化，勇敢的拥抱每次转变，都是新的一次机会。