

王梅艳

公司职位：海尔电器集团品牌运营总经理

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销领军人物

人物简介



王梅艳，中共党员，管理学硕士，助理工程师，现任海尔电器集团品牌运营总经理。

自加入海尔以来一直以“创业、创新”两创精神推动海尔电器的品牌发展和营销工作，历任海尔集团品牌部策划部总监、市场营销总监、全球公关媒介总监，现任海尔电器集团品牌运营总经理。

王梅艳曾成功参与海尔的奥运营销和世博营销，带领团队搭建海尔商城和日日顺商城平台；基于物联网时代下的用户需求，王梅艳带领团队推动日日顺升级为触点迭代生态圈，创新场景营销、社群营销，打造物联网时代最佳体验生态圈平台，将每年的 5 月 6 日“中国智慧物流品牌日”打造成物流人的专属节日，并搭建行业内第一个大学生创业平台“日日顺物流创客训练营”。2018 年日日顺品牌价值 301.08 亿元，成为国内首家物联网第一品牌。

凭借对品牌的创新探索，王梅艳先后荣获上海世博会二等功、青岛市三八红旗手标兵、青岛市园艺博览会先进个人、中国创新营销 100”、中国广告长城奖年度品牌创新人物、青岛市劳动模范等荣誉奖项。

数字营销领域杰出贡献

1、利用粉丝效应 树立企业年轻化品牌形象

联手深圳卫视共同打造新一季的《极速前进》——王梅艳推动日日顺联手深圳卫视共同打造新一季的《极速前进》，用时代感鲜明的营销手法改变以往人们对物流品牌的传统认知。通过推动粉丝运动，定制话题性极强的交互活动，日日顺不仅在综艺节目品牌社交媒体指数排行中成功进入前五，而且目标用户的印象也在悄然发生转变，从为人熟知的大件物流品牌领导者，逐渐细化至极速送达的年轻化形象。

发起“了不起的闪电哥”活动——2016 年春节，王梅艳带领团队推动日日顺物流与网易合作开展“了不起的闪电哥”活动，通过上线“春节不打烊，把爱送回家”的主题 H5 游戏，以切中痛点的创意吸引了大量用户参与互动，了解到日日顺物流春节期间坚持送货的暖心服务，极大的提升了日日顺物流的品牌知名度，并推动日日顺物流荣获 2016 中国广告长城奖-互动创意金奖。

2、致敬物流人 打造首个物流人节专属节日

发起行业首个物流人节专属日“中国智慧物流品牌日”——基于物流业发展形势与在国民经济中日益凸显的地位，2016 年王梅艳带领团队积极推动中国物流品牌日成为了一个开放的、展示智慧物流服务品牌、聚焦居家生活大件物流的行业著名峰会。峰会已连续举办了三届，每年都吸引上千人的参与，并推动达成多个行业内的项目合作，实现了各方共赢。

3、培养创新人才 打造国内首个大学生创业平台

打造国内首个大学生创业平台“日日顺物流创客训练营”——在王梅艳以及团队的助力下，日日顺物流创客训练营连续举办了三届，并和国内 26 所知名高校达成合作，如北京交通大学、华中科技大学等。通过形式、内容等方面的不断创新，创客训练营实现了创客模式——众创模式——生态创客平台的迭代升级，并在这个过程中输出 136 个创业课题，孵化 57 个创业项目，获得 5 项国家发明专利，5 个创业项目已实践应用，受到社会各界的普遍关注。

4、填补行业空白 推动发布国内首个居家大件智慧物流全流程服务标准

发布国内首个居家大件智慧物流全流程服务标准《天龙八部》——伴随着中国家电网购市场的兴起，居高不下的客诉率和高昂的运输成本是家居物流一直以来难以攻破的痛点。在王梅艳以及团队的助力下，2017 年中国标准化协会和大件物流领导品牌日日顺联合发布了国内首个居家大件智慧物流全流程服务标准：“仓、干、配、装、揽、鉴、修、访”，创造用户全流程最佳体验，成为了推动居家大件物流行业由粗放式迈入精细化的转折点。依据“天龙八部”的规范，未来电商和大件物流

行业将进入发展的快车道，实现消费者体验和品牌的双重升级。

5、助力乡村振兴 探索乡村社群生态模式

发布了中国首个“乡村社群生态战略”——在乡村振兴大背景下，王梅艳带领团队推动新华网与日日顺携手联手举办“2018 首届乡村社群生态峰会”，发布了中国首个“乡村社群生态战略”，吸引了行业各方的广泛关注、参与。峰会现场日日顺发布了农特产品高端品牌——乐家诚品，为用户提供原产地直供的高品质农特产品。此外，日日顺提出乡村社群生态扶贫新模式，吸引了众多知名品牌商的合作，如金六福等，在助力农民脱贫、农村发展的同时，实现多方共赢。

与建行携手共建乡村普惠服务平台——在乡村振兴大背景下，王梅艳带领团队推动中国建设银行裕农通与海尔集团日日顺乐农达成战略合作，共建乡村普惠服务平台。乡村普惠服务平台作为一个“超级连接”，具备有效触达“最后一公里”的服务优势和“领先一公里”的社群交互优势，通过对农村赋信、农民赋能、农业赋值，将极大推动精准扶贫的落实。目前，该平台已在青岛 1000 个村完成试点。

6、30 万触点网络，打造物联网生态品牌

打造物联网时代社群最佳体验生态圈平台——进入用户主导的物联网时代，品牌已经从企业对用户的单向承诺转变为双向的交互承诺，以更好地满足人们的个性需求。基于新时代下的用户需求，在集团战略下，王梅艳带领团队推动日日顺升级为触点迭代生态圈，在日日顺物流、日日顺乐家、日日顺乐农等版块的基础上，通过 10 万+城市触点、10 万+车小微、10 万+农村触点，建立了一张有温度的触点网络，颠覆了传统时代的品牌定义，打造物联网时代社群最佳体验生态圈平台。2018 年日日顺品牌价值 301.08 亿元，成为国内首家物联网第一品牌，并连续六年入围中国品牌价值 100 强。

同事评价

张艳芳：王总对数字营销有着天生又快又深刻的洞察能力，总能在营销引爆前做出正确的预判，并在瞬间爆发出品牌创意，画出品牌、营销、创意最佳作品，到达画龙点睛的效果。

罗清启：从传统时代到电商时代再到物联网时代，每个时代都具有独特的营销模式，但核心都是要围绕“人”去创造价值，在这个过程中，从搭建创客训练营挖掘物流创新人才到打造中国首个物流人专属节日等，王梅艳女士始终坚守人的价值第一去构建日日顺品牌价值。