

## 张锐

**公司职位：**时趣创始人兼首席执行官

**参选类别：**金鼠标 10 周年——数字营销领军人物

### 人物简介



张锐,时趣互动 Social Touch 创始人兼首席执行官,是联想之星 6 期学员以及湖畔大学 2 期学员,身兼多家世界 500 强企业 CEO 与 CMO 的中国数字营销顾问,第一届宝洁数字营销学院荣誉导师。此外,张锐还受邀担任国际艾菲奖、金投赏、艾奇奖、金瞳奖、成功营销金成奖等众多国内外知名奖项的专业评审。曾入选全球知名媒体 Campaign 评选的“Digital A-list”名人堂等。张锐致力于不断探索与推动数字营销行业的发展并持续提出创新的、引领行业的营销理论。

### 数字营销领域杰出贡献

## 1、提出数字营销行业面临的效率问题以及解决之道：

在数字营销行业中普遍面临着三个效率问题：数字营销行业本身一点不数字化；数字营销行业为客户提供策略、创意和 Account 管理，但是行业中很少有公司自身的发展策略、创意营销和管理水平做的好；大公司不断的人才流失，变成更多的小公司。

时趣 CEO 张锐在问题中寻找大机会，提出时趣解决之道：1.成为一家真正的业务流程和业务管理是数据驱动+使用技术的数字化公司：Digitalized Digital Marketing Company。2.想清楚自身的发展策略，做好自身的营销和内部管好自己的项目和团队。3.成为一个“平台+创业团队”的组织。

## 2、带领时趣成为一家 AI + Creativity 驱动的数字营销整合服务公司。

时趣互动是一家左右脑结合，技术融合创意的数字营销公司。紧抓最核心和变化最快的客户需求，用技术+创意帮客户找到并抓住用户。在“创意+技术”的主轴下，时趣从 2011 年至今推出了波纹理论 1-3、数据驱动、商业结果闭环、精细化管理 SCRM、营销场景等理论与营销工具，对行业产生了深刻广泛的影响。

未来，“AI+Creativity”将是时趣“创意+技术”的升级方向，将 AI 技术与“标准化”结合，包括将营销过程的历史数据分析管理，着手解决这个行业巨大的效率痛点。最终，重构数字营销服务行业的新商业模式形态，并作出表率。未来行业发展的方向将是增长战略+营销策略+创意内容+传播战役+媒介使用+自有媒体的创新性的组合。

## 3、“前台+中台”的组织架构转型

面对数字营销行业效率问题，时趣在 2018 年开启平台化战略升级，成立全新的组织架构模式：前台 + 中台模式。

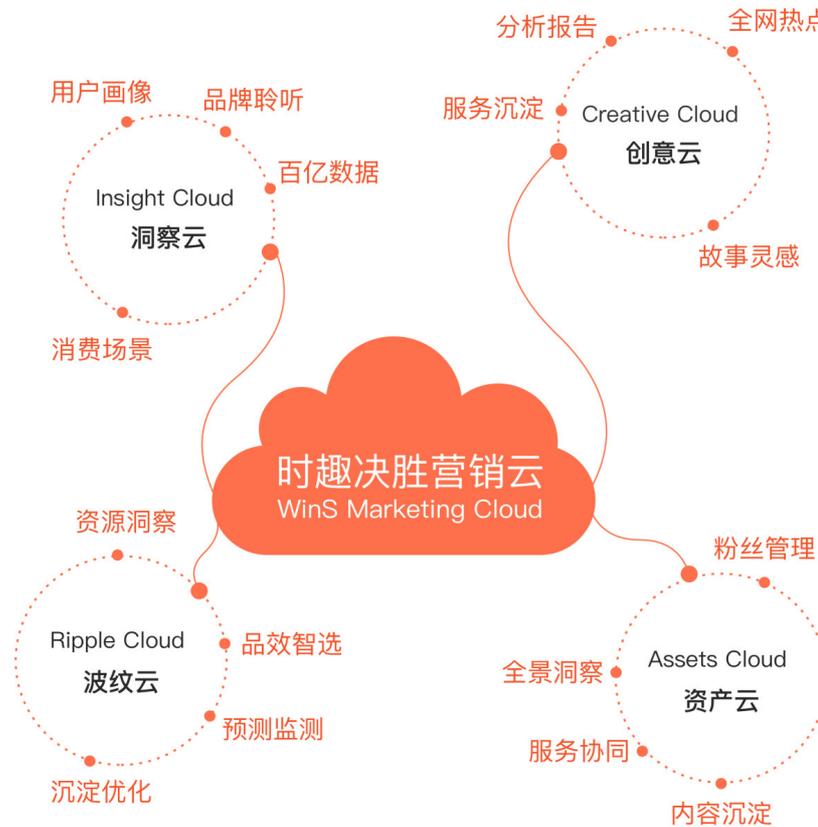
“前台”指，以核心业务骨干为独立经营主体的团队，采用合伙人制度，独立核算。几十个业务团队直接面向客户，绩效激励与项目完成度和客户满意度完全挂钩。“中台”指，公司层面建立技术、采购、行政、人事、市场、客户管理等中台，全力支撑前台业务团队，为其赋能，保证业务团队能更高效和完善的服务客户。

## 4、全力赋能营销创造力的：“四朵云”

时趣经过多年积累，研发出决胜营销云系统，运用“四朵云”——洞察云、创意云、波纹云、资产云，通过整套营销的在线化软件平台和技术，驱动起一个更高效、客户体验更好的业务流程体系。

洞察云制定营销策略，创意云产出创意内容，波纹云进行创意传播，资产云沉淀品牌数据资产。在决胜营销云平台的赋能下，通过数据驱动的洞察产生合理的传播策略，为品牌选择合适的 KOL，执行过程中运用时趣的社交活动监测工具对传播活动进行实时监测和调优，所有环节中的

产生的数据和知识都将归集并智能化处理，成为下一次品牌服务的核心驱动力。同时确保客户能够获得更加高效的服务体验和项目数据资产积累。作为品牌社会化营销的先行者，时趣将技术基因、创意基因和服务基因进行深度融合，帮助客户取得更大成功。



## 5、提出波纹营销理论

数字营销的本质，是对流量的有效获取与使用。消费者的注意力花在哪，流量就出现在哪，那么营销的机会、获取和使用流量的机会也随之而来。真正有效的营销，需要不断创造出一个又一个的“波纹”。

波纹营销 1.0 指的是社会化营销，企业做好内容就可以了。2.0 时代指的是营销社会化。在这个理论里面，营销变成社交的一个推力，企业要想扩大波纹的范围，关键在于资源的整合。到了 3.0 时代，抽象表达是营销的社会化次幂，具体来说就是营销可以依靠社会化产生裂变反应后形成生态，届时，不仅消费者的生态，包括企业内部的销售生态，定价生态都会发生改变。

## 6、时趣的使命是赋能创造力

今天中国营销服务行业现状：散、乱、差。而时趣的使命就是 Empower Creativity，用技术和平台的思维和方法去赋能给专业的营销人才，让这些专业营销人才的创造力能够最大化、最高效地发挥。然后，客户品牌创造力的提升，为客户的产品带去了更多的附加值，最终使得消费者的体验和生活变得更加有创造力。

时趣的使命

Empower Creativity



## 同事评价

在数字营销时代，营销正在面临前所未有的变局，如何在这个变局中让营销变得更加智能与高效，是这个时代赋予每个品牌的挑战。

在时趣 CEO 张锐的掌舵下，时趣用技术融合创意，来整合营销服务。从洞察到创意再到用户一对一沟通，让营销服务全流程跑在软件产品来实现，让技术与创意服务紧密融合，这在整个营销行业中都属先例。并且，他在组织架构上进行调整，创新性的创造了数字营销公司“前台 + 中台”的模式，让更多有天赋的营销创造力人才，致力于客户品牌创造力的提升，为客户的产品带去更多的附加值，最终使得消费者的体验和生活变得更加有创造力。张锐一直在做的，是夯实自身，发挥营销创意，精耕技术，解决营销服务行业巨大的效率痛点。

——时趣互动首席内容官 康迪

目标高远，战略思考和落地能力强，持续思考营销行业价值和发展模式，用于自我变革，并不断推进时趣的营销平台化建设，探索实现客户价值的最佳实践。长期坚持数据驱动的营销服务理念，重视基础数据技术的投入，已经成为客户认可时趣的因素之一。日常工作中，带领各级管理层，一起深入业务场景，解决服务和经营过程中的难点、痛点，公司业务成绩持续提升。不断学习，严格要求，勇于尝试，探索营销行业本质。为人谦和，对下属充分授权，各团队凝聚力和执行力很强。

——时趣互动 CTO 赵伟

## 寄语数字营销人

当今天的中国成为诸多行业的世界第一大消费市场、世界最大的移动互联网市场、世界最大的社交媒体市场、世界最大的电商市场、世界上最大的中产阶级消费市场与最大的城市化进程市场的时候；当今天的中国，经济结构转型势在必行、供给侧改革深流涌动、社交媒体百花齐放、消费分级日益显著、品牌溢价的实现变得前所未有的重要的时候；中国的营销行业也必须尽快提升自身的质量，提升供给侧的改革和优化，才能更好的支持中国的商业向着附加值更高的方向发展和竞争。

中国营销服务行业的未来，需要认真组织行业专业人才和新型的技术人才共同协作，把整个行业的作业流程、作业工具进行技术改造，让营销服务行业也成为真正被先进的大数据技术、人工智能技术“武装到牙齿”的先进服务行业。同时，营销服务行业里的专业人才，需要有一个能够给自身提供最领先的背书、技术赋能和管理赋能的平台型组织。平台型组织做好每个营销专业人才都需要、但是集中在一起做有规模优势的事情，同时让更多有天赋的营销创造力人才，更集中在给客户的品牌提供创造力之上；然后，客户品牌创造力的提升，为客户的产品带去了更多的附加值，最终使得消费者的体验和生活变得更加有创造力。

详情链接：[https://mp.weixin.qq.com/s/fati0\\_A7d9fWScW\\_AVmQhA](https://mp.weixin.qq.com/s/fati0_A7d9fWScW_AVmQhA)