

## 侯友佳 Ada Hau

**公司职位:** DIGITALFORCE 总经理, 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



13 年互动从业经历, 9 年创业经历, 前中国领先的社会化媒体集团 Netalk (2013 年被法国阳狮广告集团收购) 合伙人。曾就职于 Euro RSCG 4D, 对互动营销、媒体购买、社交媒体、新媒体技术等均有深刻理解及丰富经验。

服务过可口可乐、New Balance、捷豹、宜家、奥利奥、怡口莲、H&M、新西兰航空等品牌。带领团队获得过金投赏、Social Awards 等奖项, 2015 年被数英网评选为华语地区专有创新代理商 Top100。

2017 年, 带领全新团队推出 SmartEye 智能影像识别营销系统, 以创新视角和技术助力客户大数据营销。

除了将技术创新作为引擎外, 创意、融合、高效三个关键词是保持公司高效运转, 区别于其他广告公司的立足之本。

### 数字营销领域创新表现

“多年以来我都努力培养复合型的广告人才，能够将创意和技术有机融合的高效广告公司才有未来”。——DIGITALFORCE 总经理、创始合伙人侯友佳

在她看来，一个公司的 DNA 风格，取决于管理层和经营理念。

如今很多品牌客户都在寻求有“脑洞”的合作方，大多数人会将脑洞理解为追热点、出推文、借势营销等，但在侯友佳看来，真正的“脑洞”是指，“吸收各种信息、知识、经验，把它们糅合到一起最终向客户提报的‘综合能力’，或叫‘跨界能力’”。因此，DIGITALFORCE 要求每个员工都要掌握不同的知识或技能，鼓励大家带着发现的眼睛探寻技术、讨论想法，从而融合并实践出一些创新的组合和变化，使人人都成为发现者、创造者。

侯友佳认为，作为一个创作型行业，如果以上班族的标准圈限住员工的思维、行动或资源，创作效率就无从谈起。一旦自身效率不高，公司在行业竞争中将面临威胁。

所以，在 DIGITALFORCE 企业文化中，员工的角色是“驱动轮”，而非传统广告公司的“螺丝钉”。通过复合型人才的打造，提升综合能力，拓展国际视野，在不同文化背景、思维碰撞中使其成为团队运作的重要器官，以高效协作为品牌方带来增值型服务。

### 互动创意，用户参与和客户满意的助燃剂

对于企业而言，任何营销行为都需要基于对目标受众的分析和信息推送是否精准，营销及市场活动能否最终触达用户并促进销售转化，才是品牌始终关注的核心点。在侯友佳的主张下，DIGITALFORCE 每一次与客户合作，都力求将技术的革新和亮点融入其中，在展现科技之美的同时注重创意表现，激发互动热情，实现客户对项目的满意度。

例如，在与 New Balance 的合作中，DIGITALFORCE 首家推出“指纹测试”界面，用“按手印”新颖有趣的互动方式，成为早期 NB 刷屏案例的先头军，并且该案例中的首创的“指纹识别”界面引领了微信关注界面的风潮，成为了经典。

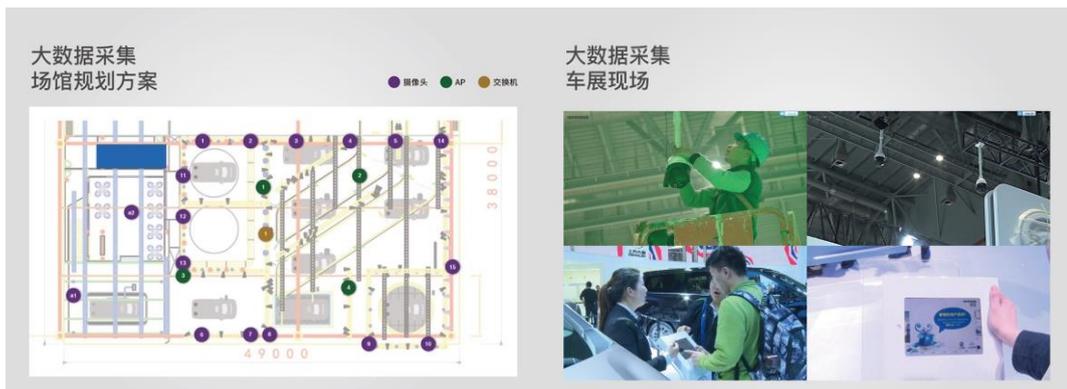


又如：在与“相宜本草 INOHERB”的合作中，为迎合年轻受众的需求，侯友佳带领团队打破传统网络推广思维限制，为引起线下消费者的购买兴趣，从产品开发的角度出发，创造了“Bunny 兔”公仔皮肤水份测试仪，融合了技术与设计美感，为品牌互动营销提供了一些新的解决思路。



除了互动和设计领域，侯友佳还带领团队在 2017 年主导研发 SmartEye 智能影像识别的数据采集系统，旨在帮助品牌获取生动的用户数据，挖掘高价值用户，支持实时的销售转化。

在参与上汽大通国际车展数据营销的项目中，DIGITALFORCE 运用 SmartEye 的“生物识别”技术，通过在上汽大通车展现场设置影像采集设备，对线下场景人流量、用户年龄、性别、停留时间等数据进行检测并采集。实时上传至数据分析服务器，通过基于 AI 深度学习的数据分析算法对影像数据进行甄别、筛选、归类，从而分析出车展现场消费者的行为轨迹及产品意愿等信息。



SmartEye 除了发挥“眼”的影像捕捉功能外，不仅强化了数据应用模块，为品牌 CRM 及数据分析系统提供数据支持，更拓展了终端应用，通过定制 APP、数字互动广告终端、H5 应用等内容满足企业不同场景的应用需求。

另外，侯友佳还希望团队能尝试更多非线上的创意。2017 年开始服务美国智能吸尘器品牌 Neato 的期间，侯友佳与团队为其定制了全球首创的性能展示方式——可乐阵迷宫，并在 2018 年首届中国国际进口博览会上大放光彩，收到各路媒体的追捧，上了 CCTV 晚新闻。



## Media Coverage Highlights



Xinhua News Agency  
the state news agency of China

CCTV New Media Live Streaming

CCTV "Network News Broadcast",  
China's most watched national news  
program



**“我们热衷于从消费者洞察中获得灵感，着眼于精准的沟通渠道来规划整合营销策略，并以此为基点孵化和执行创意、内容以及解决方案，使之成为有效、有益的品牌沟通。”**这是广告营销人的真实心声，也是侯友佳在管理 DIGITALFORCE 中不断提升企业价值的营销秘钥。

## 同事评价

DIGITALFORCE 创意总监 Shaun He 评价：

初识 Ada 于十几年前，年轻的她充满活力，充满广告人的斗志。她长年如海绵一般吸收着各种知识，可以说是十万个为什么本为了。

Ada 做事有很高的要求和清晰的计划，作品一定是精益求精，百般锤炼方可出街。

DIGITALFORCE 公关总监 Lois Wu 评价：

Ada 有着非常令人惊艳的整体战略思考能力和创意天赋。和她的合作过程中，工作变成一份有意思的挑战。并且，你可以感受时刻到她对工作的热情：凌晨一点多发的邮件，她两点多回的。早上起床发现，她七点多又开始给我发邮件了——CEO 体质。