



Top
Mobile
Awards



吴璇

- ◆ **公司及职务**：时趣互动COO
- ◆ **参选类别**：年度移动营销领军人物

Queenie Wu 吴璇，80后互联网营销创业者，中国新一代数字化营销领军人物的代表。曾就职AC尼尔森与奥美广告、奥美互动，是奥美第一批从事SNS研究与社交网络营销的成员。2008年进入互联网创业，在品牌社区、品牌口碑激发、社会化商务领域颇有心得。2010年共同创立时趣Social Touch，2011年推出中国第一个社交网络管理营销解决方案，并在一年内超过业内同类公司，成为中国社交网络营销综合解决方案的领导者。

2013年带领时趣团队实现快速发展，服务：宝洁、李宁、腾讯、诺华、沃尔玛等超过40个全球500强或中国500强企业。在宝洁在华不到30个品牌中，时趣服务近20个品牌，为宝洁赢取年轻消费者战略，建立数字化营销能力，实现互联网变革起到关键性起到促进作用，并被宝洁大中华区授予2013年Best Digital Innovation Partner。

2017年上半年，吴璇结合目前移动社交环境和行业发展，参与对2017年的移动社交营销深入研究，共同总结发布了十大趋势，分别从媒体环境、营销技术、消费者洞察及品牌管理四大板块深入激发营销思维破局，看到本质发展。

十大营销趋势包含：

关键趋势1：平台营销精细化管理

关键趋势2：抓住短视频红利风口

关键趋势3：建立科学系统的KOL营销体系

关键趋势4：丰富在线化营销场景

关键趋势5：营销自动化能力建设

关键趋势6：抓住对品牌价值认可度最高的95后消费者

关键趋势7：移动支付环境中，种草比覆盖更重要

关键趋势8：利用社群打造复合竞争优势

关键趋势9：选择新的战略合作伙伴

关键趋势10：营销部门必须创造商业价值

同事感言：

“我天生不太会说服别人，但幸好那时有人愿意无条件相信我”这句话简单却暖心——你别担心，我不走，我陪你一直走下去。

——Social Touch Niny (丁宁)

媒体感言：

吴璇把自己定义为一个“套路研究者”，她认为套路就是最近的路，品牌研究套路才能让投入更有效率。但是胖鲸发现，无论是请代言、混饭圈、起昵称等等，这些看似精心设计的小小套路的背后都是通向“真诚”的路：明白自己是怎样的品牌，抛弃无意义自嗨，品牌才会社会化营销的路途中走的更坚定。而在瞬息万变的传播环境中，构建消费者意见反馈和品牌营销活动迭代的良性闭环非常重要，创造这个闭环并不断提升这个闭环的效率才是品牌的制胜法宝。

——Socialone 胖鲸

朋友感言：如果没有经历足够大的痛苦，你是没法真正成长的。

——Social Touch 薛贞