

# ONLINE MARKETING PARTNER

您的互联网战略营销传播顾问

The best era for  
your digital marketing

O.M.P.

Online  
Marketing  
Partner

互联网战略营销传播顾问 SINCE 2003

# 1 我们是谁



ONLINE  
MARKETING  
PARTNER

您的互联网战略营销传播顾问

FOUNDED  
IN 2003

历经**8**年已成  
长为中国最具规模、最有影响力的互联网广告营销公司之一

**400**多

个网络营销案例成功执行，帮助客户实现品牌价值和品牌文化的飞跃

由**200**

多名精英组成的专业团队正在为品牌定制个性化的网络互动营销方案

我们已经为全球

**150**多个

国内外品牌提供专业互联网营销服务

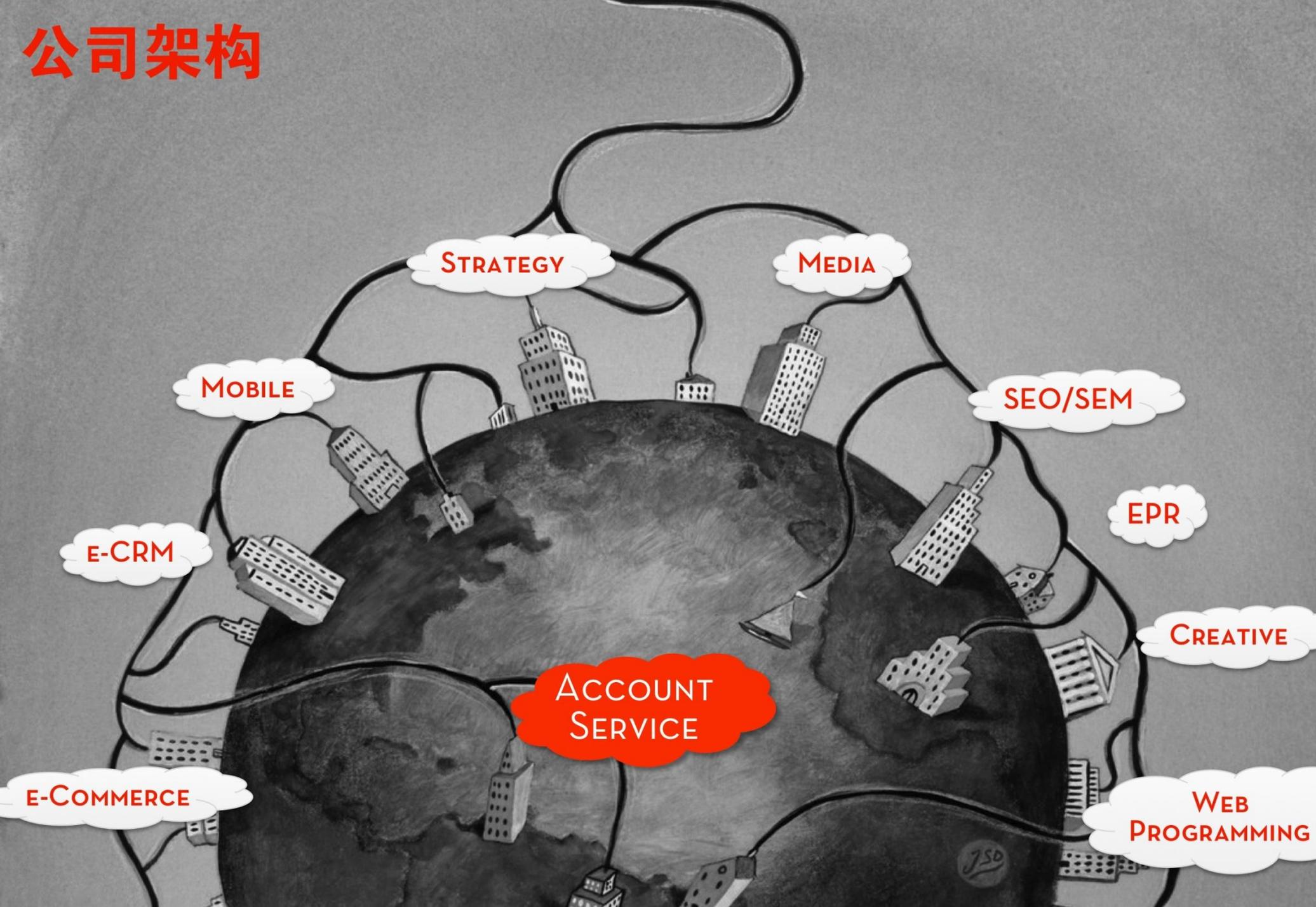
**9**大战略核心

服务，为客户打造专业的全方位互联网整合营销

# 公司布局



# 公司架构



# 合作伙伴



# 我们的荣耀.....

- 2010年 第十一届金手指网路奖【整合营销类•汽车及交通服务、旅游休闲项】金奖-斯柯达 晶锐 酷创新城
- 2010年 第五届【艾瑞品牌营销奖】金融行业最佳广告主活动网站奖-交通银行信用卡：世博专题网站
- 2011年 第六届【艾瑞品牌营销奖】最佳创意奖-东风雪铁龙 世嘉 胜利大逃杀
- 2010年第二届 金网奖-品牌营销奖-斯柯达明锐 锐见真实力
- 2011年第三届 金网奖-品牌营销奖-自然美 美白产品推广
- 【广州日报】2011（第20届）华文报纸广告奖-新媒体案例奖-年度优秀案例-周大福铂金对戒
- 【广州日报】2011（第20届）华文报纸广告奖-新媒体案例奖-年度优秀案例-Windows phone 无处不精彩
- 【广州日报】2011（第20届）华文报纸广告奖-新媒体案例奖-年度优秀案例-斯柯达晶锐 酷创新城
- 【广州日报】2011（第20届）华文报纸广告奖-优秀组织奖
- 2011年 第四届金投赏大赛-网络视频类金奖-东风雪铁龙世嘉 世纪大逃亡





2

我们的观点

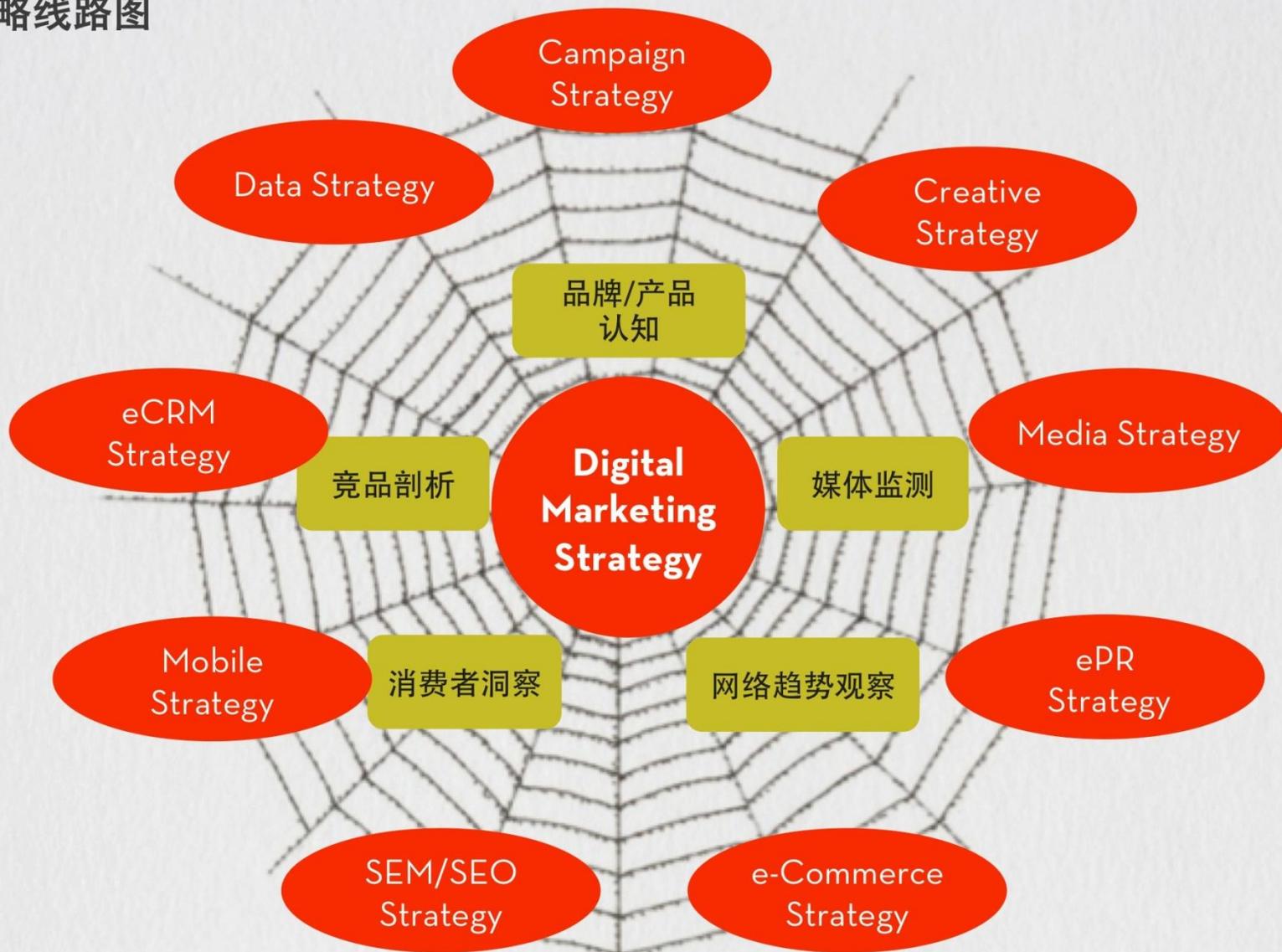
“

纵观全局，无论是新技术、新创意还是新形式，品牌必须以**“战略”**作为首要纲领来应对这一场数字化挑战

”



# 互联网战略线路图



要**赢**？**多元策略**而非单一策略！





建立

# 以消费者为核心的传播策略



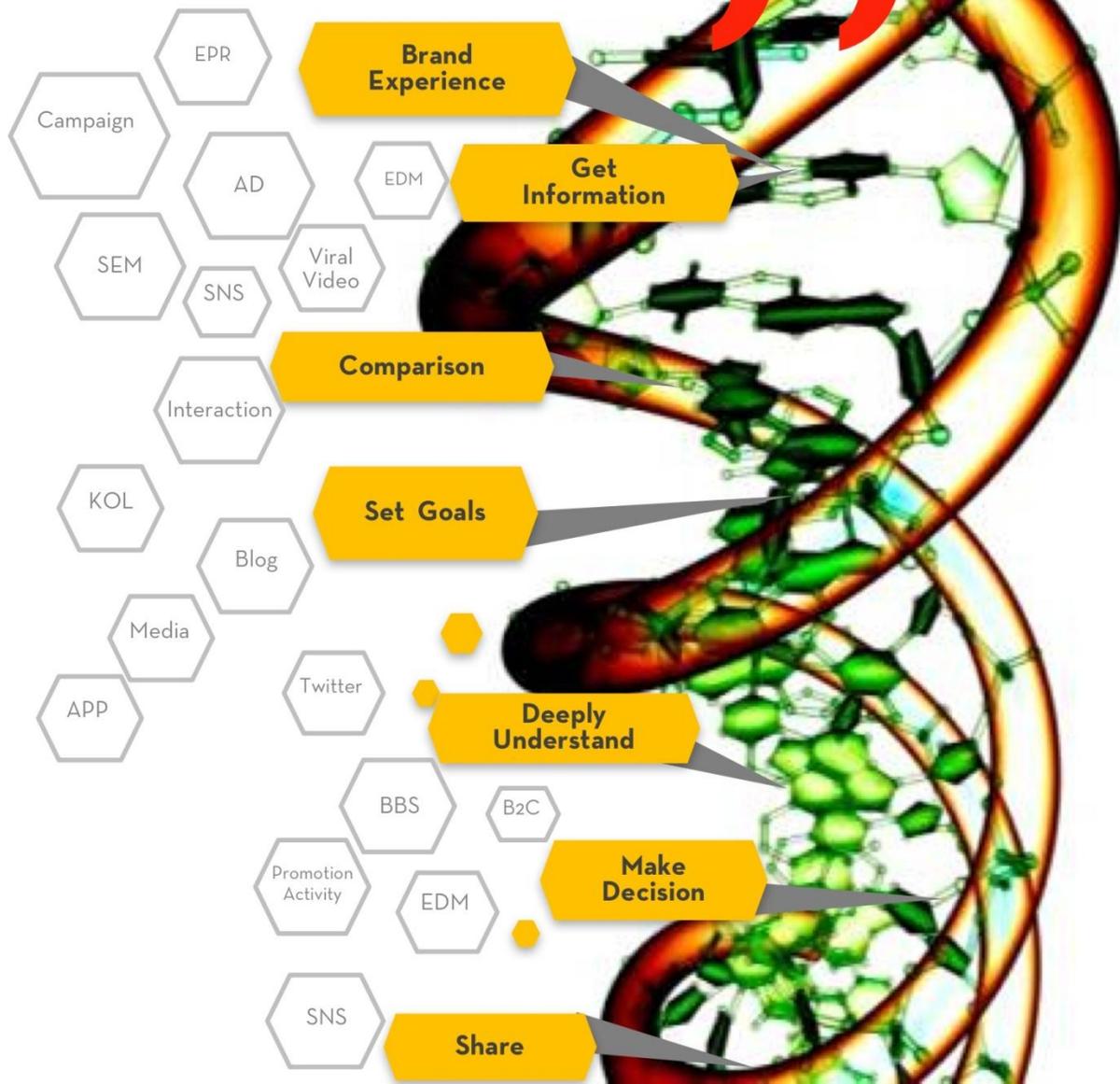
根据消费者在互联网上  
接受信息的不同层级



分策略地实现  
全网数字化信息传播



达成指向度极高的  
立体沟通体系





# 3 我们的服务

# 9 / 360



# 传播策略制定

我们想让这个人  
**听**到什么？ **说**些什么？

策略 =

$f$  (行业特征, 竞品情况, 目标受众洞察&触媒轨迹)

# 优势媒体资源圈

Female: PClady, 上海热线, 天涯社区

Local: 天南地北

Fashion: YOKA, FACE, Only, 时尚网

IT: POnline, PCWOMEN

News: 人民网, 新华网, 凤凰网, 搜狐, tom.com

Portal: 新浪网, 网易

Video: youku, 土豆网, Ku6, PPS

P2P: 迅雷在线

Photography: 蜂鸟网, DP

Finance: 和讯, 东方财富网, 金融界

Automobile: 汽车之家, 爱卡汽车网

Game: 久游网, 开心网, 联众世界, 腾讯游戏

SE: 百度, Sogou

SNS: 开心网, 人人网, 城市客

Online community: 大众点评, 猫扑, 西祠胡同

Decoration: 搜房网, 焦点房产网, 天涯社区

Shopping: 淘宝网, 360buy, 京东商城

Targeted media: SmartMedia

Blog: blogbus, iCAST

IM: msn

Mobile: 空中网, 腾讯网

Travel: 去哪儿, 携程, 途牛

EDM: SINObase, ROADWAY

# 网络广告效果监测及评估广



“

确保您获得最好的  
投资回报率

”

# 电子商务策略



“

为品牌设定鲜明的  
电子商务推广  
焦点，最大限度  
地扩展产品营销  
渠道。

”

# 网络公关策略



“

使消费者更主动地参与信息的分享和传播

”

用创意让内容真正“活”起来！

to create

**living**  
content



# 数据库营销策略

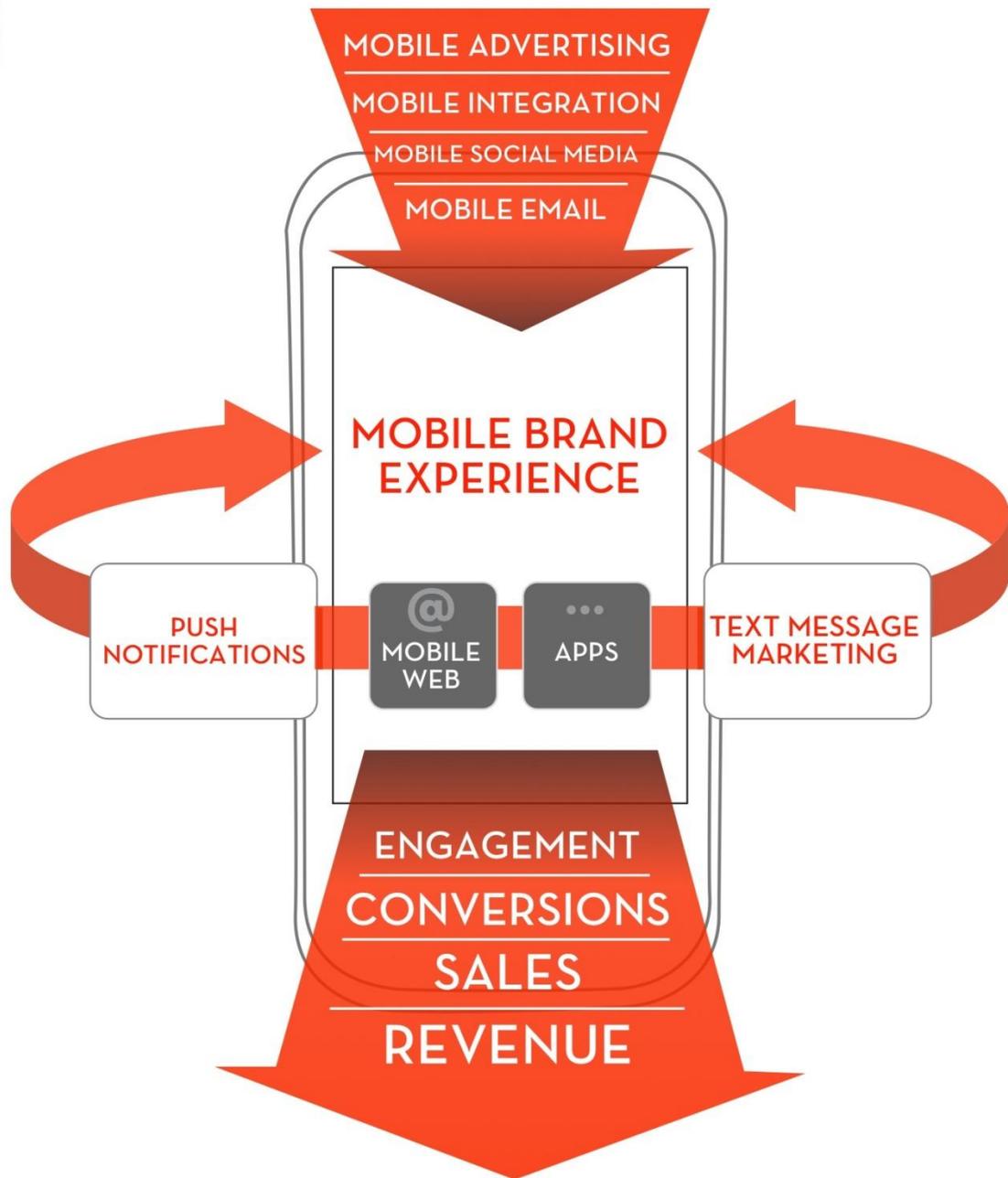


“

系统式采集、整理，加工，  
将海量信息提炼成准确、  
有效的数据库，为客户生  
成个性化沟通方案。

”

# 手机无线及APP应用



“

以革新方式随时随地促进客户与消费者之间的互动机制。

”

# 在线客户关系管理



“全面了解客户的个性化需求及行为轨迹，建立一对一的个性化产品服务和营销模式，针对产品及品牌的发展进行精准有效的延伸。”

# SEO/SEM

“

通过制定和优化搜索引擎，有效提升网站知名度及品牌曝光率。

”



Baidu 百度

Google

SOSO 搜搜  
搜 搜 更 懂 你

YAHOO!  
中国雅虎

Sogou 搜狗

有道 youdao



# 4 我们的面貌

# 核心团队



**May Tse**  
Deputy GM-BD



**Benny An**  
Vice President



**Leo Dong**  
GM-Beijing



**Daisy Dai**  
Deputy GM-Account



**Jeffery Ding**  
CEO



**Mary Ma**  
Deputy GM-BD

**ONE TEAM, ONE DREAM**



**Tracy Wang**  
Deputy GM



**Stanley Chen**  
GM-Nanjing



**Winson Chu**  
GM-Guangzhou



团结

品质

激情

**Love, Respect,  
Patience,  
Tolerance, Share...**  
**It's your partner  
who actually makes  
life complete.**

发展

创新

# 文化与活力

Annual conference



Sports



Training



New comers' Day



5

精彩案例



自然美

细养之美

## 项目背景：

自然美主要是以线下“美容院线”模式营销品牌，是最专业的跨国性美容事业集团。2010年-2011年度加强在化妆品领域的推广，加强在互联网领域的传播力度。用统一的视觉设计方向以及音乐，打造属于自然美的意境，让人们想到“细养”就联想到自然美。通过系列活动“细养之美”理念贯穿始终，逐步强化自然美的核心理念。通过简单有趣的互动形式，在线直接预约线下服务的即时短信互动，打造了自然美2011年度互联网展示平台。突破单调的展现模式，营造对媒体体验互动氛围。

## 策略&amp;创意:

利用强势美妆、女性类垂直媒体，结合每次不同内容，有针对性的进行媒介推广；充分利用媒介平台编辑以及达人试用、评测平台，客观真实展现产品功效；联合具有一定影响力的网络博主（微博主）力量，将线下体验感受展示与线上，建立了全方位多角度曝光的推广平台。打破地域宣传限制，最大化的扩大真实有效的软硬广传播范围。





# 交通银行 世博信用卡

# 2010年 第五届【艾瑞品牌营销奖】金融行业 最佳广告主活动网站奖



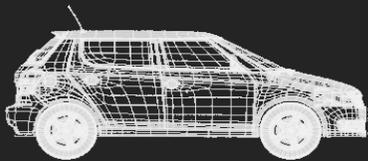
## 策略&创意：

创意1、为了让消费者充分的了解到两者之间的联系，我们特别设计了世博体验浏览。消费者选择与自己身份相符合的角色，控制其游览世博场馆，游览的同时，我们通过互动将交通银行的产品讯息成功的推送给消费者。采用了AR技术将人物、场景、互动、体验、产品信息浑然天成为一体。真实的人物、虚拟的背景效果和互动参与带来的强烈的视觉冲击力，呈现给浏览者一个全新感官效果和真实的新环境。并达到传递产品的最佳效果。



## 项目背景：

为配合交通银行世博主题信用卡推广，我们为交通银行信用卡设计的世博专题网站，将产品推广、信息传递、品牌展示以及互动体验融为一体。互动式浏览和AR技术成为整个网站的最大亮点。将世博和信用卡紧密结合起来，让用户在浏览网页时享受一次绝妙互动。



# SKODA FABIA CITY

## 项目背景：

希望通过一次大型互动，建立与消费者亲密接触的平台，唤起消费者对晶锐的关注，塑造更为清晰的产品形象，给予用户更多玩味，增进品牌的好感度。

## 策略&创意：

将强势的媒体资源，丰富的媒体表现形式以及网络热点话题的创造相整合，以新技术、新平台、创意无限的趣味活动，结合媒体的互动合作以及利用网络自传播特征的活动，为产品及品牌推广打造全方位互联网整合营销方案。



## Fabia Cafe

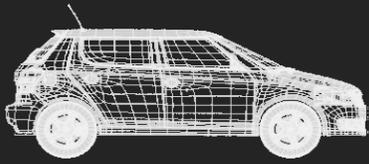


## Fabia Cinema



## Hey Fabia Campaign





SKODA

FABIA CITY

策略执行：

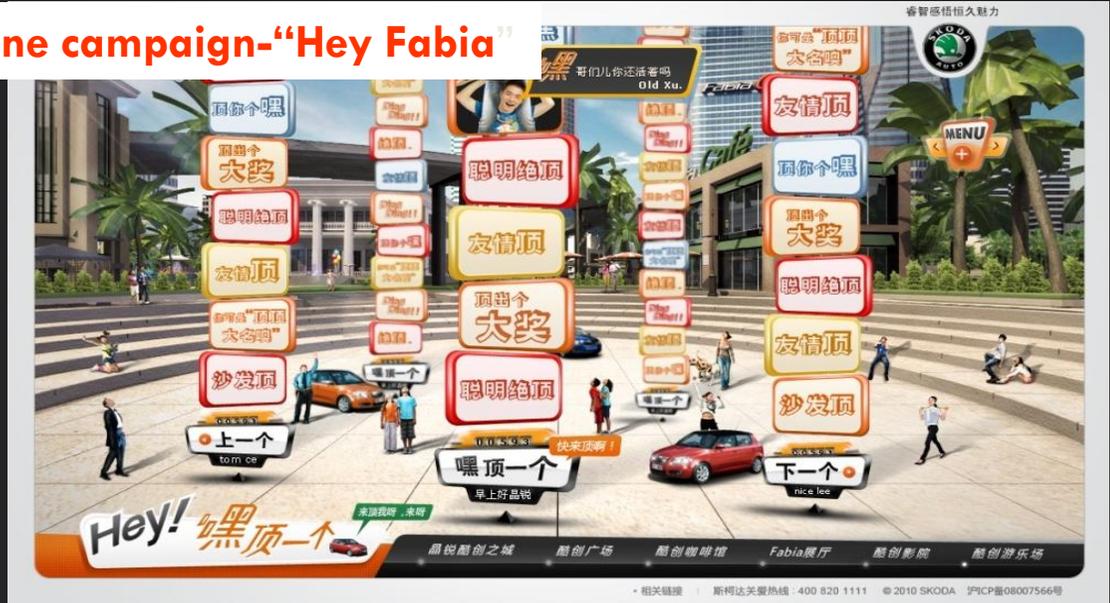
- 1.为晶锐建起一座3D新城，让受众的体验变得新奇愉快。同时建立消费者认知标志，使Fabia新城成为品牌沟通的落脚地
- 2.嘿，顶一个活动。运用晶锐黑顶的谐音，作为与用户的深层沟通的切入点，在互动中增进用户对晶锐的关注。
- 3.酷创媒体合作QQ/POCO充分利用带有娱乐性的主流时尚网站，借助媒体自身互动特性，选择符合晶锐品牌特点的进行合作。

传播效果：

Registered users : 247,000

PV: 2,060,536

Online campaign-"Hey Fabia"



通过简单的游戏机制，利用网络的自传播特性，更广泛的获得网民分享价值



# DUNLOP



## 项目背景：

与ADK携手合作邓禄普网络营销推广活动。

## 创意：

通过“发明你的未来”互动活动，推广邓禄普轮胎全新形象——福轮。让用户穿越百年创新历程，表达自己对未来的希望，并且通过微博发布，达到自媒体传播的效果。



# 2011【广州日报】（第20届）华文报纸广告奖-新媒体案例奖-年度优秀案例

无处不精彩!  
Maximize  
your life

## 策略&创意：

以网络整合营销的全方位覆盖网络各平台。包括Campaign mini-site、搜索引擎推广、门户网站、IWOM营销等，并通过多角度创意广告切入，富媒体广告等形式吸引受众群，达到海量曝光的效果。

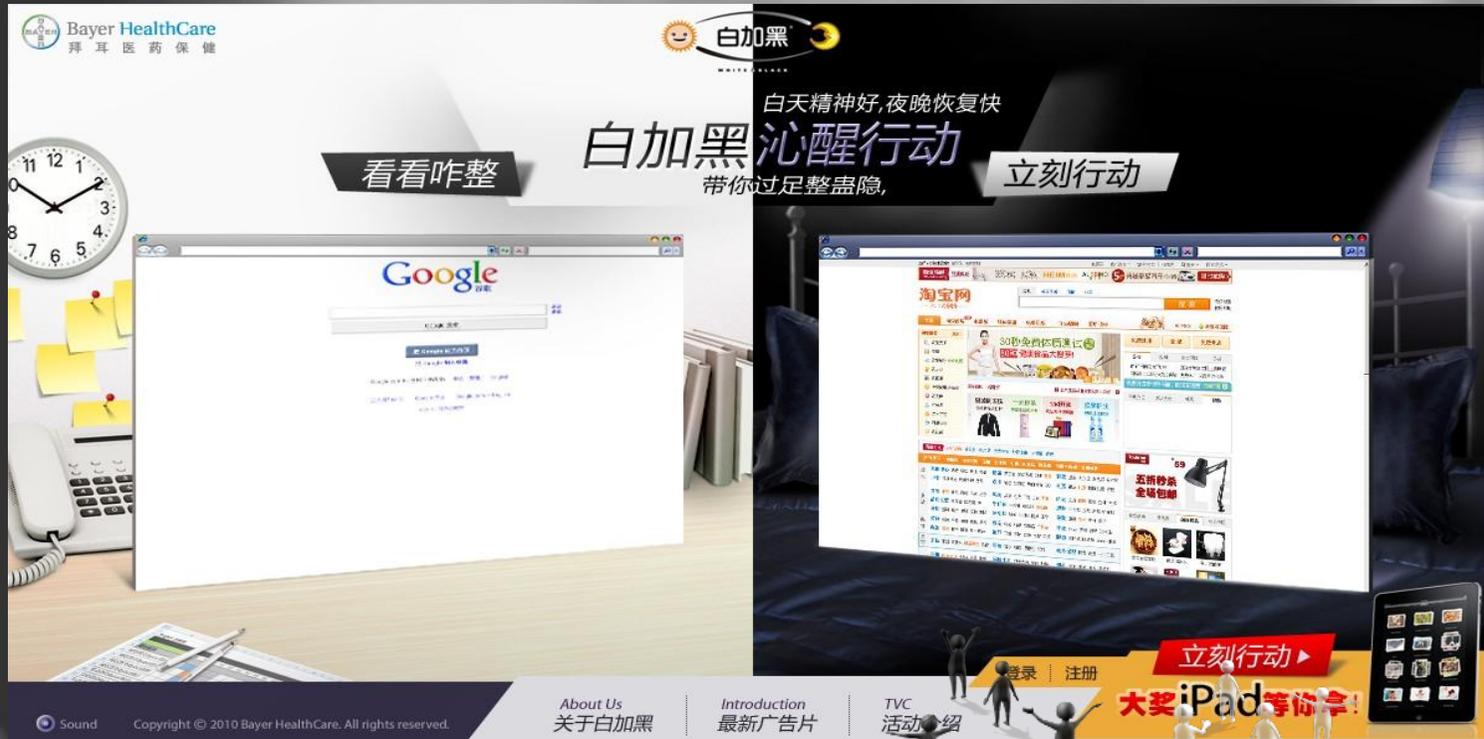
“无处不精彩”的主题突出产品本身的强大功能，同时呈现产品带来的无限乐趣与互动体验，传承品牌“无处不精彩”的价值。



**WINDOWS PHONE**  
**无处不精彩**

## 项目背景：

面对越来越多的竞争，定位、受众、卖点变得尤为重要。Windows phone智能手机不再仅仅面向商务人士，他将工作、生活、娱乐集于一身，把网络、个人电脑和手机的优势融合在一起，让人们可以随时随地享受到想要的体验。



## 白加黑

## 沁醒行动

### 项目背景：

本次网络营销活动围绕白加黑“白天精神好，夜晚恢复快”的USP，模拟病毒侵略，开启一场整蛊大行动，让用户之间体验被感冒病毒“感染”的威胁和白加黑的功效，在互动中提高对白加黑品牌的认识。

### 策略&创意：

通过对白加黑USP深入理解，以及受众群体的上网行为分析，策划出简单、幽默、有趣、互动性极高的“整蛊”体验。并通过人气媒体，撰写多种类型的话题吸引目标人群关注，传递良好口碑信息。本次网络营销活动不仅清晰的找到了白加黑与用户沟通的切入点，更将白加黑的产品功效和品牌个性完美诠释其中。

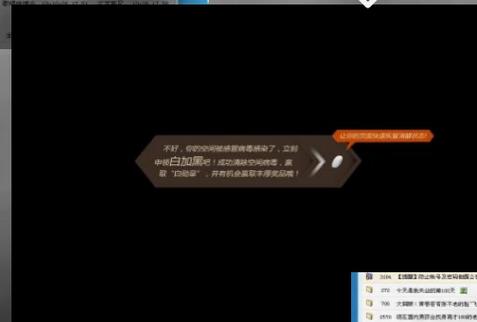


# 白加黑 沁醒行动

## 创意亮点：

1. 我们创造了一个淘气的“整蛊”游戏，将产品巧妙嵌入其中，运用Frame嵌套技术，达到病毒传播的效果。

2. 根据真实世界的日夜黑白自动转换的活动网站。以白天和黑夜为分界，体现白加黑的特点。网站根据真实时间转化不同的效果。



## 东风雪铁龙世嘉 世纪大逃亡



### 创意概述：

通过新颖的翻纸动画来传达“世嘉”动力，速度，乐趣的特点。并且借助这种形式本身的趣味性和新颖性吸引目标受众制造自发传播的病毒效果。

### 创意执行：

整个视频讲述2012世界末日主角如何驾驭东风世嘉逃过种种劫难之后重新回到灾难世界接受新一次挑战的故事。以来沟通“冠军，总是愿意接受挑战”的品牌核心价值观。

对冠军而言,挑战总归从容面对

## 上海总部

上海市长宁区长宁路546号尚街会馆1205室

TEL: 8621-6076 1766/1767

FAX: 8621-6071 1669

E-mail: sh\_business@ompchina.com

## 北京分公司

北京市海淀区知春路6号锦秋国际大厦B座601室

TEL: 8610-5873 2627

FAX: 8610-5873 2633

E-mail: bj\_business@ompchina.com

## 南京分公司

江苏省南京市白下区汉中路1号国际金融中心20楼J座

TEL: 8625-8421 5855

FAX: 8625-8452 1755

E-mail: nj\_business@ompchina.com

## 广州分公司

广州市天河区天河东路67号丰兴广场A座1001

TEL: 8620-8550 9471

FAX: 8620-8550 9475

E-mail: gz\_business@ompchina.com

## 厦门分公司

厦门市湖滨南路76号百脑汇科技大楼607室

TEL: 8659-2582 3097

FAX: 8659-2582 3097

E-mail: fj\_business@ompchina.com

**O.M.P.**

Online  
Marketing  
Partner

互联网战略营销传播顾问 SINCE 2003



**Online Marketing Partner**  
**LET'S DANCE!**