

AI创新整合营销



- ◆ 微信公众平台：AI人工智能
- ◆ 参选类别：年度最具突破力移动营销公司



AI人工智能成立于2015年7月，由吴天赋(Tif Wu)、张峥(Simone Zhang)共同成立。作为利欧数字网络旗下与氩氦集团共创成立的营销厂牌，负责集团在创新营销领域中的整合商业策略开拓。

目前服务于伊利、阿里全球速卖通、卡夫亨氏、平安普惠、巴拉巴拉、高夫等。在氩氦集团全新构架下，更擅长商业策略、整合营销、跨媒体创意的战略合作，真正实现以贯彻策略，创意，创新为一体的整合策略型创意营销厂牌。拥有超过30名整合营销专业人才覆盖北京，上海两地。

目前，AI 约莫达到了 创始人当初设想的 80%。这 80% 体现在三个方面：关于传统广告与数字广告的整合；关于客户、策略、创意的整合；及整体员工的能力以及氛围的整合。能在 2 年时间内使公司达到比较好的状态，与 创始人一直坚持的「Evolve」理念和他这两年「不是在找人就是在找人的路上」有关。

现在，这家 30 人左右的广告公司的定位是：帮助品牌从商业模式到营销策略端出发，在日新月异的市场生态下，整合各种创意资源，与时俱进地打造高效精准的营销闭环。

AI公司的Evolution 可以拆分成 11 块，每一个模块都是一个工具。AI 可以帮助客户的每一个阶段用到其中的 1-2 个工具作为营销闭环的某一个引爆点（事件，IP 合作，公关活动，传统 TVC、病毒传播，资源共创，艺术装置展等）来燃烧整个营销闭环。在碰到公关事件或者热门事件时，广告人也可以用 1-2 样工具去做整合营销。尤其是针对突发事件，大创意的诞生或许远不及事件发酵影响力来得快和持久，这时如何排列营销手段则显得至关重要。

为上海国际广告节宣传的项目打造的“世界之眼”获得了行业内外多方关注。创意以上海的地标建筑睁开眼睛观望世界，传达着“看见世界，让世界看见”，寓意上海国际广告节的举办将会引起更广泛的影响力。另一方面其实也是对广告人职业生涯的写照，“看见世界”是对广告人的专业素质要求，创作优秀的广告作品，需要对生活对世界一切事物要有犀利独特的洞察；“让世界看见”则是广告人的职业追求，作品出街后那种希望让全世界都来看一眼的殷切心情。最终，让第一届广告节就吸引了240余家公司，1424件作品，促进中国广告走向世界舞台。

- 名称+logo展示



伊利品牌旗下酸奶新品牌 JOYDAY



Balabala

森马旗下童装品牌 Balabala巴拉巴拉



GF 高夫
专为中国男士高级定制

上海家化旗下男士护肤品牌 GF高夫



互联网创新品牌 e袋洗