

耘禾YUNHE

2015年，传播的领域发生思维性的改变，基于互联网思维、社会化思维、新媒体思维和大数据思维的变局正在发生。公司更愿意提新媒体思维而不是单纯的新媒体，耘禾互动新媒体更符合受众阅读习惯，锁定信息获取渠道的内容制作，基于分享的整合营销。

自2014年4月正式发力社会化数字营销领域，尤其是移动营销领域，公司以创意、整合、社会化分享的高品质营销落地为核心理念，提供基于新媒体环境下，以策划为先导的服务。

在短短1年时间内，在房地产和汽车品牌的营销领域确立了突出的行业地位，服务客户数量超过50个，彰显了明晰的行业资源储备与技术优势。在房地产领域，耘禾提供了行业专业的新媒体系统化营销策略和一线的服务呈现标准。在汽车领域，耘禾用1个月的进入适应期，迅速实现了在服务项目达到行业一线社会化营销高标准的呈现。

在未来专业战略规划上，耘禾互动清晰的认识到了务实的新媒体营销领域，在传播整合、渠道渗透、资源互动、深度公关、行销整合、电商嫁接、舆论事件、微平台系统等层面开始做深度研究及落地发力执行，远远走在同行前面。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/yhyunhe-393867.html>