

吉祥



男 | 汉族 | 策略产品经理 | 18810069700 | jix16@tsinghua.org.cn

清华大学 软件工程 硕士 2016-2019
苏州科技大学 地理信息系统 本科 2010-2014



<https://jixiang.info>

个人优势

- **高效的产品思考与执行能力。**校招工作首月跟大项目，次月独立承接需求，一年作为部门业务需求总负责同 5 组开发高效完成 400+需求，业务思考与模块整合并行，4 次改版兼顾业务复杂性和功能复用性。
- **较强的数据分析与用户调研能力。**与用研和经分部门通力合作，全场景埋点与多角度分析匹配数据，自发输出竞品分析和用户调研报告并跨部门分享，成为搜索、排序、推荐的重要依据。
- **具有创造力、创新力以及对策略产品的思考与洞见。**工作首个项目官网 SEO 负责人，假货源仿真探索者，拓展拉新渠道并复用多个项目，装卸工小程序从 0 到 1，带来日均 30 单 100%的成交率。提权、打压、流量倾斜、用户管控等策略的实验与优化，做到业务需求、平台体验以及指标达成的统一。

工作经历

运满满 平台事业部-策略产品组 产品经理 2019 年 7 月 - 至今

- 工作概述：独立负责运满满和货车帮“配货大厅”、“当天货源”、“通话记录”三个主要 Tab（覆盖 APP 全部主流入口）下大部分产品方案的策划、实施、落地，包括搜索、排序、推荐、触达四个方面
- 工作内容：负责列表、详情、IM、通话记录 4 大模块，对接 5 组开发，进行模块 4 次收归改版，反馈率提升 4.87%、流量倾斜实验等策略效果显著，实现推广位系统和管控策略体系的产品沉淀，做好自驱项目的策略落地的同时高效支持其他项目与其他事业部需求的支撑
- 独立产出：独立负责找货最大场景-订阅，独立输出用户调研报告，深入优化播报体验，新货播报向精准播报改版，提升订阅三开率 5%；作为总接口人对接业务方做搜货主场景的需求承接，完善司机找货体验，满足司机诉求，1 人 2 城 3 年，负责 4 模块，对接 5 技术团队，个人独立承接 10+业务方 20+项目的 500+业务需求，支撑一口价、快车、抽佣等业务，完成度与满意度双 100%
- 个人特点：同理心沟通，高效事务处理，每周读书分享，自发总结复盘，兼顾个人影响力与他者贡献
- 年度成果：工作首年上、下半年与全年绩效均为 S（前 10%），公司唯一全年 3S 的产品

京东 商城搜索与推荐产品部-用户画像产品组 产品策划（实习） 2018 年 7 月 - 2018 年 9 月

- 需求支撑：协调画像研发部与相关运营部门，发挥画像产品部设计职能，将运营需求最终落地；承担京东精准营销平台产品的新需求收集、开发跟进、测试验收、正式上线、运营维护等
- 产品设计：对接京东商城勋章馆勋章新增、数据回刷、重新定义工作，对勋章系统重复工作设计系统化解决方案
- 标签评测：参与京东商城画像产品标签测评，进行标签准确性人工评估并针对性提出提升想法
- 数据分析：协调画像研发部进行数据挖掘，进行京东商城品牌分析、人群洞察并积极推进画像产品落地

主要奖项

- 学业：国家奖学金、清华大学一等奖学金
- 社工：清华大学优秀学生干部（1/530）、清华大学优秀德育工作助理、清华大学软件学院学生年度人物
- 竞赛：全国大学生数学建模竞赛一等奖（2013），中国研究生数学建模竞赛三等奖（2018）
- 学术：3 篇论文（1 篇 SCI 顶刊、2 篇 EI）与发明专利 2 项（1 项已授权）
论文期刊：Transactions on Computers（2020，CCF-A），专利号：ZL 2019 1 0166798.X
- 英语：六级（530）

主要项目

策略 | 列表推广位 产品 owner 2021 年 11 月 – 至今

- 项目描述：为提升货源推广效果和大盘**流量效率**，将针对特定司机进行货源固定位穿插的功能优化为支持定制化策略的基于用户搜索下的货源推广，采用特殊情况下置顶和一般情况下固定位推广的方式，将在搜索列表无感知地展示推广货源，涉及到基于触发条件和搜索条件的多路召回与算法排序和接入第三方召回和排序服务，项目经历从纯工程版本到工程+算法版本的多次迭代，提流量与提转化并举。
- 项目成果：推广位后台初步搭建完成，支持研发侧配置上线与动态调整，实现流量的精准扶持，新旧功能对比单位流量 GTV 提升 73%，成功申请发明专利 1 项，后续规划将广告位纳入推广位系统。

策略 | 管控策略产品化 产品 owner 2022 年 2 月 – 至今

- 项目描述：管控策略降权、屏蔽、延迟曝光的**策略收归**，按照主体（平台/用户）、角色（司机/货主）、策略（降权/屏蔽/延迟曝光）、场景（搜索列表/推荐列表/触达场景）、等级（高/中/低）、货类（满运宝/一口价/电议）等维度进行产品化，支持横、纵向扩展与后台配置生效与实时查询。
- 项目成果：用户策略管控后台的搭建，针对后台跟进管控原因配置的管控策略做执行，管控飞单、高取消、订金违规、拖欠运费用户违规行为，在降低平台飞单率、取消率、客诉率方面取得了显著的效果，实现了管理策略的统一收归，针对不同原因的管控只要配置名单和执行策略即可生效，节约 80% 人力。

策略 | 平台反馈率提升与平台流量倾斜策略优化 产品 owner 2019 年 7 月 - 2020 年 12 月

- 项目描述：作为撮合平台，车货匹配的核心指标是电话率，针对提升被反馈货源占比与反馈实效性，进行冷中热线货源特点与司机找货特征识别、低反馈地区详单分析、电话调研等调研分析手段，采用新货播报、条件推荐、高电话阶梯隐藏、无反馈货源提权、司机促活、流量均衡（高曝打压）等手段提升**货源匹配效率**；业务需求置顶冲突，对平台整体体验影响较大，采用策略打压与提权并举的方式进行流量公平化，采用线路和用户维度实验，数据驱动迭代策略，以曝光系数为优先级参数进行策略优化。
- 项目成果：提升反馈率——5min 反馈率提升 5.49%、20min 反馈率提升 4.87%；促活提升活跃率和成交率——司机登录率提升 20%、电话率提升 4%、成交率提升 1%；满足业务需求，平衡流量，特殊货源适当倾斜，提升用户体验，促进电话与成交。

策略&APP | 订阅三开率提升与负责模块重构 产品 owner 2019 年 10 月 – 2020 年 12 月

- 项目描述：作为配货大厅订阅和播报模块总负责，以系统通知、订阅线路和语音播报三个开关同时打开司机占比提升为目标，带领小组深入调研用户，有针对性地增加系统通知开关引导、流畅化订阅流程与引导订阅推荐线路、优化播报策略向精准播报改版，进行策略调优；6 次重构，列表改版和体验优化重构共 2 次、详情组件化重构 1 次、通话记录页面整合和货源维度重构共 2 次、IM 货源维度重构 1 次。
- 项目成果：订阅**三开率提升** 5%，播报精准化与体验优化；满足业务快速发展，提升各模块用户体验。

网页 | 运满满官网 SEO 产品 owner 2019 年 10 月 – 2019 年 12 月

- 项目描述：**首个独立负责**的项目，涉及官网虚拟货源真实模拟，采用的是线上数据抽取与修改；配货页搜索与展示，前端细节修改与前端适配搜索引擎抓取规则；后端技术优化与过期数据维护。
- 项目成果：拓展拉新渠道——货主司机注册量 20+/天、注册通过审核率 70%+；功能复用——虚拟货源的搜货功能复用于百度小程序、微信小程序等，节省人力，节省成本。

小程序 | 满满装卸小哥 匹配产品负责 2019 年 7 月 - 2019 年 12 月

- 项目描述：为了从上下游寻找突破口，深入调研装卸需求，**从 0 到 1** 设计装卸工小程序抢单列表和详情，分角色与场景设计抢单模式并引入拉新、留存、促活营销手段。
- 项目成果：跑通模式——日均 30+单装卸需求单，成交率接近 100%；业务价值——提供一个新的业务增长的点、从小程序到 APP 的过渡。

APP | 一口价、抽佣、多业务模式探索 匹配产品负责 2020 年 6 月 – 2020 年 12 月

- 项目描述：平台从撮合平台向交易平台转变的过程，以成交率为导向，采用流量增加、高频推荐、备注语音与显性化、抢单提醒、加价引导以达到提升**一口价货源成交率**；列表和详情作为抽佣的入口，**收费与权益并举**，通过线路、用户、货源、规则四维度的快车优先权的定制化和配置化、抽佣安心运与全能保障等权益手段、支持送券和用券等营销手段，抽佣支持按人群、时间抽不同金额等创新手段以支持在成交率稳定的情况下平稳抽佣；通过排序提权、流量倾斜、推荐优化等手段支持整车、报价、拍卖、委托等**多业务模式探索**，解构复杂的业务逻辑，建立快速适应业务模式的**通用化功能**。
- 项目成果：一口价的使用率达标（36.5%）、成交率高于非一口价 23%；保证金用户快速增长（10w+）、抽佣 16 城市日均 40w+且成交率稳定；匹配、详情功能模块业务梳理与通用化。