

吉祥

男 | 汉族 | 硕士 | 清华大学 | 软件工程专业 | 策略产品经理
18810069700 | jix16@tsinghua.org.cn | <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，做到高效沟通、快速响应、需求整合、狠抓重点
- 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 年 2 城 3 人团队负责 4 模块对接 5 技术团队，个人独立承接 10+业务方 20+项目的 350+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（2015），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 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 | 排序推荐专项 产品 owner 2021 年 6 月 – 至今

- 项目描述：深入完善司机画像，结合业务场景，支持灵活配置生成定制化的召回排序策略，支持业务规则的快速配置，打造可视化的策略配置和实验平台。整体工作项包括：排序策略引擎，排序管理后台，排序可视化，NDCG 评估，用户画像，货源评估等，排序策略引擎中召回层保证召全率，相关性分层保证车货匹配度，排序层促进转化，结合司机画像，打造千人千面的排序效果。配套打造排序管理后台，支持不同场景的差异化排序策略，提升成交率。
- 项目成果：从 0 到 1 打造可视化的前后端智能匹配排序平台，支持定制化的策略实时进行 AB 实验，支持业务需求快速上线。

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、司机促活等手段全方位提升货源匹配效率和精准度；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动态化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。

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

- 项目描述：独立负责运满满官网 SEO，包含后台数据生成与存储、前端页面设计以及前后端 SEO 适配，具体内容是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。

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。

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 | 平台一口价、商业化抽佣、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，采用流量增加与高频推荐(穿插、播报、弹窗)、实时抢单人数氛围营造、备注语音与显性化、详情抢单车长、车型、禁区提醒、收集司机运费反馈并进行加价引导以达到提升一口价货源成交率；匹配负责的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、高效触达等手段支持整车、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：一口价使用率达标（36.5%）、一口价成交率高于非一口价 23%、一口价货源履约率较其他货源提高 4.5%、全量后预计日 GMV 新增 1.3 亿元；保证金用户快速增长（10w+）、抽佣金额均价 12 元，16 城市，日均 40w+、成交率稳定；跑通模式，匹配、详情功能模块业务梳理与通用化。