

占观晨【2020毕业】
13770336665 | zhanguanchen97@gmail.com



【自我介绍】

- **4年互联网产品/运营相关经验**, 深耕AI agent在医疗/健康垂直领域的应用落地。参与**阿里健康医疗 Agent**从0到1的全链路SOP建设,涵盖需求定义、数据定义、策略设计及端到端评测闭环
- 致力于深耕AI C端产品,擅长**使用coze搭建AI Agent、工作流等**
- 实践能力强, cursor/codex等vibe coding工具长期使用者,擅长用这些工具搭建AI应用,独立设计并落地了一个支持AI笔记转录、AI对笔记进行数据分析的网站
- 擅长提炼方法论/SOP,为非遗工作室搭建过一套AI内容生产流程、AI海报制作等经验分享

阿里健康, AI医疗健康产品 (阿里直管)

2023.7 - 2024.5

- **全链路SOP建设**: 对基于通义千问底座的医疗Agent导购对话优化效果负责。深度参与从**意图识别、RAG知识库构建、Planner路径规划、SFT语料生产**到端到端评测的全链路SOP建设
- **策略引擎优化**: 通过制定精细化的13类NER**实体提取规范与基于强化学习(RL)**的对话策略,解决了医疗场景下模型幻觉及复杂多轮对话中的“追问迷失”问题
- **业务产出**: 通过“数据驱动策略”的闭环迭代,实现模型回复准确率从67%提升至95%,商品下单转化率提升3pt

华为HMS Core产品部, 帐号产品(OD)

2020.9 - 2023.7

- 【产品功能建设】负责实名认证模块,参与完成登录注册、华为帐号建议、身份验证平台搭建
- 【产品多端部署】参与多端需求,安卓端/PC/Web/H5的功能优化、纯鸿蒙端0-1帐号功能需求上线
- 【产品运营】协助华为帐号的运营增长宣发,包括toD直播、社区文章撰写等社媒宣发扩大帐号的影响力

SHEIN, 商品营运中心, app增长运营 (正编)

2020.5 - 2020.9

- 【站点营销】负责站内romwe app的加拿大、墨西哥站点的日常营销工作,包括**每周定时活动、主题策划、YouTube红人直播等**
- 【活动策划】参与**活动策划海外返校季话题讨论**,自主输出返校季话题调研报告1份,主题上线后站点单主题内的sku销量一周内提升10%
- 【产品运营】主动提出下单页界面优化需求,累计上线2个需求:**ROMWE评论改版、ROMWE评论获取积分**

【项目经历】

①阿里巴巴-【AI健康助手0-1项目】

<背景>

针对医疗器械与OTC药品选购门槛高、人工导购成本大、转化率低的痛点,构建具备专业医学决策能力的AI Agent。
项目目标: 提升客服咨询场景满意度与搜推场景的商品转化率。

<目标>

提升阿里健康站内客服咨询页面满意度和转化率,提升搜推场景商品转化率

<需求分析>

【医疗知识建模与特征工程】

- 主导制氧机、呼吸机等 4 类核心器械的结构化知识底座建设。通过定义 13 类 NER 实体（人群禁忌、症状程度、成分冲突等），将医学决策逻辑转化为模型可理解的 P1-P3 级属性决策树
- 建立通用导购特征策略框架，实现新类目扩展从 3 周缩短至 10 天，大幅提升算法训练效率

【数据工程与自动化生产】

- 管理 6 人标注团队，将人效出错率控制在 3% 以内。优化数据构造路径，从 VOC 随机抽样升级为 “**多源高频病症挖掘 + GPT 自动化生成**”
- 将数据构造效率从 1 人天 50 个 session 提升至 200 个（**提升约 3 倍**），为 SFT 和 RLHF 提供了高质量、分布均匀的语料

【智能路径优化（Planner RL）】

- 针对多轮对话中的“无限循环”或“答非所问”，设计 Planner RL 标注方案
- 引入 PPO 算法与过程奖励模型（PRM），通过 step-level 的 Dense Reward（1/0/-1 打分机制）训练模型，使 Agent 具备了在需求不全时“精准追问”、需求明确时“快速闭环”的决策能力

【全闭环评测体系（E2E Eval）】

- 建立 End-to-End 双盲评测体系，引入混淆矩阵对 Badcase 进行归因分析（如分清“无其他症状”与“是否有其他症状”）
- 通过对意图识别、PV 映射、RAG效果等维度的专项治理，将模型回复质量提升 28pt，搜索准确率提升 33pt

【工程与性能调优】

- 协同工程团队解决导购链路中超时率达 50% 的痛点，将模型调用搜推接口的响应时间压缩至 5s 内

<项目成果>

- 商品导购agent从67%模型回复准确率提升到95%，商品下单转化率提升3个pt

②华为帐号【实名认证专项优化】

2.1 认证用户数量提升

<背景>

助力业务增收，提高功能易用性

<目标>

提高整体实名认证的总用户成功数

<需求分析>

【实名认证成功率提升】

- 通过分析问卷调研，以及报表数据，找出主要数据流失关键点，分别对人脸实名和OCR，简单实名做了功能上的优化，提高了实名认证的成功率
- 提高用户使用实名的意愿，业务侧，联合运营活动增加用户权益来增加转化场景，在帐号侧，中心部署多等级的实名能力和增加push通知等场景等手段

<项目成果>

第一阶段，数据提升19%，第二阶段，数据提升28%

2.2 降低客服工单数量

<背景>

监控数据时发现实名问题占比帐号工单1/7（千位数），用户体验差，客服和运营投入成本高

<目标>

提高用户实名认证功能体验，降低运营和客服投入，优化解决工单的效率

<需求分析>

【痛点识别】

主要是清除实名工单最多，且运营处理效率差

【定性分析】

结合用户反馈描述以及客服应对方案，识别出产品功能和客服侧两方面影响工单数量和效率的因素来源

【定量分析】

拆解工单中用户反馈的各类问题及占比，从去实名和去清除实名的动作查询数据，发现主要是清除实名的工单数量占比最大，从清除实名功能页面数据漏斗中找出关键用户痛点针对性分析

【产品功能优化】 清除实名方式简化、阻塞提示语引导路径优化、管理名下账号外显

【客服侧&管理后台】 开放给客服查询阻塞清除实名原因的权限，加强客服错误分类的宣导和TS流程优化

<项目成果>

客服工单量在首次优化版本上线后从千位降低到百位，第二个版本优化上线后百位降低到个位数

③华为帐号【华为帐号建议能力0-1搭建】

<背景>

接到多方业务诉求（紧急VOC），申请在帐号中心（个人信息-通知号）中推送消息，告知用户数据安全以及个人权益相关消息，但是由于入口较深，触达用户的效果有限，为进一步提高用户在华为手机上的使用体验，为帐号商业化建设入口基础，落地了华为帐号建议的项目。

<目标>

- 配置上线前：帐号侧严格把控建议的质量，不过分打扰用户（前置审核、系统级建议推送规则）
- 配置上线操作要求：按场景配置，版本解耦：通过业务按需配置，支持快速的配置上线和下线，不依赖于版本（运营中台的搭建和配置能力）
- 上线后持续数据提升：持续更新优化产品能力，构建数据评价指标，量化产品价值

<需求分析>

- 制定关键流程需求点、分析竞品、完成中台能力搭建
- 推送的前置审核需求：业务接入账号建议需要自查，邮件审批，满足条件可承接业务推送需求
- 业务需要根据要求提供推送人群、推送周期等
- 推送后的干预需求：搭建运营配置中台，支持建议通过运营管理台进行灵活上线/下线，与版本上线节奏解耦

<项目成果>

22年2月启动，项目周期3个月，如期上线，累计接入3个业务，**总推送量8000w+**

【教育经历】

南京理工大学（英语翻译）

2017.9 - 2020.6

重庆对外经贸学院（国际经济与贸易）

2013.9 - 2017.6