

付新

13366335381, waterxx@163.com

35 岁, 北京 |求职目标: 销售管理/市场营销

自我评价

- **工作背景:** 12 年+快消领域销售管理经验, 熟悉化妆品、进口日化品、母婴用品品牌特性, 能够根据行业市场需求和用户调研分析, 通过线上线下联动, 会员营销、精细化人群运营提升消费者对品牌的忠诚度, 从而提升业绩, 并积累了丰富的 KA 直营渠道资源。
- **专业能力:** 以结果为导向, 能够按时完成并超额完成所辖区域销售指标, 具备市场运营、团队管理、客户开拓等资源整合能力。
- **综合素养:** 具有良好的谈判技巧和产品知识、销售技巧等方面的培训能力, 及敏锐的市场分析和判断、需求预测能力。

工作经历

2016.11-至今 高露洁集团-菲洛嘉品牌 北京

KA 直营渠道经理 | 所属部门: 线下销售部 | 汇报上级: 销售总监 | 下属人数: 1 人

工作描述: 主要负责 KA 直营渠道的市场开发、销售维护 (妍丽、丝芙兰、优贝施、屈臣氏、play up、中免) 等渠道日常沟通协调等销售管理工作, 深度挖掘客户需求, 实现 2017-2019 年连续三年销售业绩超 100%达成。

- **销售达成:** 紧随公司以及品牌发展策略和销售计划, 分解年度销售目标, 重点发力终端执行, 维护所辖区域渠道 (妍丽、丝芙兰、优贝施、屈臣氏、play up、中免) 及经销商, 为其提供选品、产品培训、陈列、促销活动支持、CRM 社群营销等, 参与制定和改进销售政策、规范、制度, 提升单店月均产出 (头部单店复合增长在 15%), 推动各项销售指标达成。
- **渠道管理:** 根据品牌定位以及渠道开发标准, 开拓所辖区域 KA 直营渠道销售网络, 协同高层开发百盛、丝芙兰、中免、屈臣氏等重要渠道, 推进年度协议覆盖。目前直营渠道已占全国线下生意份额 40%, TOP 级客户, 进入重点渠道核心战略品牌。
- **商品优化落实协调:** 针对门店情况、商圈情况寻找经营优劣势, 运用 SWOT 分析罗列店铺销售方向, 差异化商品优化, 制订门店促销计划, 并指导落实, 并按照公司周转标准进行合理优化库存。
- **市场营销推广:** 围绕公司整体战略, 根据化妆品行业市场需求和增长分析, 公司发展模式、价值定位和竞争分析, 制定差异化渠道营销推广方案, 并协调公司内外资源, 推动重点节日促销、路演、主题活动、品牌月、美课、沙龙、品牌培训等市场推广活动的实施落地。
- **用户运营:** 配合市场部搭建 “会员池塘”, 将新线索与老线索依据《拉新-留存-促活-转化》4 个环节进行数据监控, 根据线索的行为标签, 精准锁定用户画像, 通过线上 (社群) +线下 (门店) 联动, 拉升品牌销量。
 - 裂变活动: 策划及执行以拉新为目的的裂变活动, 通过短信推送会员注册有好礼链接、抽奖、首购下单有优惠等措施, 吸引新人进行会员注册, 实现新用户以每年 50%速度增长, 会员量从原有 100W 拉升至 750W, GMV 占比 40%。
 - 直播活动: 疫情期间, 通过增加直播场次 (20 场+/月), 提升产品及品牌的曝光度和知名度, 促使销量飞跃。
- **销售管理:** 主导销售业务拓展及运作, 管控预算及成本, 分析业务数据, 确保回款、现金流、客户满意度等指标达成。
- **团队管理:** 通过明确的目标及完善的过程管控策略辅导团队逐步改进提升, 以每周一次业务分享会等形式监督结果达成, 将原先松散的团队氛围扭成了一股绳, 从而提升了团队整体工作效能。
- **人才培育:** 制定区域员工培育计划 (关键人才培养、职业生涯规划), 把控管辖渠道的人数增减, 确保人效最大化。

工作成果:

- **渠道业绩:** 接手该线下 KA 直营渠道以来, 2017-2019 年连续三年销售实际超 120%。疫情期间销售实际达成率 89% (不降销售指标情况下), 2021 年销售额 99.7%完成。
- **渠道占比:** 2017 年渠道占比 20%, 2018 年渠道占比 35%, 2019 年渠道占比 40%, 2022 年预期渠道占比升至 50%。

销售经理 | 所属部门: 销售部 | 汇报对象: 销售总监 | 下属: 5 人

工作描述: 负责母婴、口腔、身体及面部护理类产品在华东、华南、华北区域的线下 KA 渠道开拓并维护、经销商培育及沟通协调等销售管理工作, 深度挖掘客户需求, 年销售业绩 100%达成, 其中 2011-2013 年连续三年业绩全国排名第一。

- **目标管理** : 制定管辖区域年度业务经营目标并拆分成半年度、季度、月度目标并监督线下直营渠道 (母婴店、屈臣氏、LKA、NKA) 及经销商业绩达成, 对成果负责, 100%完成管辖区域的销售目标。
- **经销商管理** : 协助经销商团队共同进行内部销售管理, 通过对经销商团队业务人员进行标准化培训, 建立健全经销商分档档案和大商超数据档案, 打造标准店等方式完善内部管理制度, 从而建立标准化、公司化的运营模式。
- **市场营销** : 根据市场反馈和竞品销售情况, 协助市场部门制定各类品牌市场推广及营销活动方案, 并主导区域内各门店洽谈促销活动事宜, 宣导活动优惠政策、排期和活动期间陈列。
- **货品管理**: 通过对商品进销存分析, 结合各种影响因素, 实施商品订货、库存管理, 实现分管品类商品供给充裕和不积压。
- **数据管理** : 按周、月、季度统计辖区内各门店销售情况, 深挖数据变动的原因并提出针对性解决方案。
- **财务管理**: 区域内综合费用指标的制定及控制, 应收账款及时有效监督, 回款率达 100%。
- **团队管理**: 主导销售团队建设与人才培养, 建立考核激励与职业晋升机制, 培养主力中层, 组织团队拓展等文化建设活动, 提升团队凝聚力与战斗力, 打造高绩效团队, 期间业务人员的谈判技能及客户关系维护等技能都有显著提升。

工作成果: 培养多个 TOP10 客户, 0-1 建立江苏、浙江、上海、山东、四川、江西、河北、湖南、湖北、山西区域销售网络, 成功打造 100 家+样板门店以及样板城市。

督导 | 所属部门: 督导部 | 汇报对象: 督导经理 | 下属人数: 2 人

工作描述: 负责玉兰油品牌的终端渠道的日常维护和销售管理工作。

- **目标管理** : 协助制定玉兰油年度业务经营目标并拆分成半年度、季度、月度目标并监督达成, 对成果负责。
- **统筹协调** : 日常跟进终端零售渠道维护、活动促销工作, 节假日走访互动, 与店长沟通争取陈列资源, 增加产品曝光度。
- **竞品调研**: 针对销售数据、活动 (市场促销、会员活动)、新品等, 进行竞品市场调研, 并形成书面报告报告上级。
- **数据管理** : 按周、月、季度统计区域内各终端渠道销售情况, 深挖数据变动的原因并提出针对性解决方案。
- **培训赋能**: 结合市场化各环节情况, 对管辖区域的销售人员开启入职培训、产品业务、工作方法、专业技能等培训, 使员工快速结合培训并实现自我提升。

学术助理 | 所属部门: 业务支持部 | 汇报对象: 部长

工作描述: 主要负责医学知识的收集、整理, 员工内部培训资料的编写及组织员工关于学术、销售技巧相关的培训工作。

- **培训管理**: 完成针对业务人员的关于学术知识、销售培训课程研发 (以产品及营销技巧为主), 从而快速提升提升员工的专业能力和营销能力, 员工培训通过率高达 98%, 新人转正率 80%。

教育背景