

姚慧



18675565761 | 女 | 生日: 1987/04

深圳 | 在职-考虑机会 | 10年以上工作经验 | 求职意向: 市场总监 | 期望薪资: 50-55K

个人优势

3年4A广告文案策略、8年互联网和实体零售品牌营销经验。从0到1创过品牌，出过案例，拿过2届中国广告长城奖。擅长洞察消费市场、品牌传播和整合营销，坚持“无法带来销售的营销是伪营销”。

教育经历

中山大学 本科 市场营销学 2019 - 2023

韶关学院 大专 行政管理 2005 - 2008

- 在校任职校新闻部记者，任系宣传部部长，负责校与系刊编撰、事件报道和校领导公文撰写。
- 所学专业知识涉及行政学、管理学、国际关系、公共关系、心理学、文学、传播学。

工作经历

飞亚达销售有限公司 2016.03 - 至今

品牌 品牌营销总监

- 内容：**
- 1、据集团发展战略，牵头营销团队，进行品牌规划、品牌搭建、品牌和产品策略制定、品牌传播等工作，打造年轻品牌，占领时装表市场。
 - 2、制定品牌和电商年度营销预算、计划，带领团队进行跨界合作、创意事件策划等社会化营销和数字化广告投放，把控品牌与销售端视觉、内容出品，对品牌传播效果、投放效益和销售促进负责。
 - 3、搭建小红书、微博、微信、抖音、小程序等品牌传播矩阵，带领团队运营内容，通过大量合作KOL、MCN，扩大品牌影响力，强有力地促进销售提升。
 - 4、统筹品牌系列定位、新品开发、新品策划和传播，策划电商重点节日活动，获取天猫、京东、小红书等渠道资源，打造爆品，扩大品牌声量。
 - 5、牵头进行市场调研等工作，关注消费人群，监测市场变化，动态调整品牌营销和产品开发方向，协助制定销售策略。
 - 6、搭建、培训、管理市场团队和产品团队，打造具有市场敏感度、销售思维和创新意识的高效团队。

7、跨部门沟通，总经办汇报，资源争取等。

业绩： 1、品牌搭建完成，具有独特审美，形成市场差异化，拥有一批品牌拥趸。

2、2015年销售额150万。2015年末重建团队，搭建全新品牌体系。2016年初全新产品上市，当年粉丝突破20万，实销额突破2千万。三年后，品牌销售破亿。

2、敏锐判断小红书发展，推动销售团队进驻开店，带领营销团队铺设KOL合作模式，通过整合营销和系统打法，实现亿级品牌传播，快速收获粉丝35万。当年实销额同比增长300%。后连续四年将不同新品顺利打造成爆品。

3、提出搭建品牌粉丝系统，以KOL+粉丝系统+情感营销撬动模式，快速扩大品牌知名度。当年粉丝突破50万，销售额持续增长。同年七夕品牌传播案例再次获得中国广告长城奖。

飞亚达销售有限公司

2013.06 - 2016.02

电商事业部 电商策划经理

内容： 1、全面负责飞亚达电商的品牌工作，建设线上品牌体系，把控、提升团队文案、视觉、活动出品质量，实现品牌规范统一。

2、制定飞亚达品牌线上营销策略，制定电商年度/季度/月度及重点节庆营销计划，带领团队达成目标。

3、梳理产品体系，明确产品细分定位，进行产品包装策划，帮助销售团队探索投放模式，找到关键策略，实现爆品打造。

4、整合品牌和渠道资源，推进电商大型活动落地，促进销售达成。

业绩： 营销、产品、销售团队高效协作，打造的四叶草系列至今仍是电商爆品。2013年飞亚达线上渠道销售实现翻番，2014年销售额突破亿元，2015年销售额突破2亿。

黑狐奥美

2009.09 - 2013.02

策略总监

内容： 1、带领团队进行新项目竞稿，拿下多个地产项目。

2、负责招商、万科、光耀、深业、时代等地产企业在服务项目的策略、文案、视觉传达输出和全年及阶段性方案完成、落地。

3、撰写重点项目文案，对团队进行广告培训、指导。

项目经历

飞亚达新品牌创立 品牌经理

2016.03 - 2017.01

内容： 母品牌面临品牌老化，迫切需要创立新品牌，布局年轻市场，抢占未来主流。

项目职责：牵头新团队探索新商业模式，打造全新时装表品牌，创造市场需求、抢占年轻市场。

- 业绩：**
- 1、品牌形成完整品牌体系，具有独特个性和风格以及明确方向，粉丝复购率极高。
 - 2、当年品牌销售额破千万，ROI高达3.9；连续四年销售额快速增长；年同比增长最高达300%。
 - 3、打破传统手表迭代慢、库存臃肿、制造周期长的困局，形成高效融合的营产设销一体模式。

飞亚达品牌电商营销 电商策划经理

2013.06 - 2016.02

内容： 2012年，飞亚达开始涉足电商、探索风口，以期品牌打开更多销售通路，获得更大收益。

项目职责：

- 1、制定品牌线上策略，找到品牌切入机会。
- 2、重塑品牌感知，搭建品牌线上视觉体系和应用规范。
- 3、梳理产品体系，跨部门搭建线上定价体系，明确不同产品系定位，对标不同竞品和客群，差异化开发并进行概念包装、定价。
- 4、策划明星活动，为电商争取大量渠道资源。

业绩： 营销、产品、销售团队高效协作，打造的四叶草系列至今仍是电商爆品。2013年飞亚达线上渠道销售实现翻番，2014年销售额突破亿元，2015年销售额突破2亿。