

个人简历



基本信息

姓 名：余旭红 出生年月：1995.08
民 族：汉 籍 贯：广东汕头
电 话：18814132398 毕业院校：广东财经大学华商学院
邮 箱：947875055@qq.com 婚 姻：未婚
住 址：广东省深圳市 学 历：本科



自我评价

- **从业背景**：5 年品牌宣传从业经历，具备 2B2C 营销经验，培养了广阔的认知视角，同时积累了一定的营销宣传经验。
- **专业能力**：
 - ✓ 熟悉内容运营和用户运营，具有微博微信等平台运营经验，个人自媒体**今日头条**号“剪辑盐”从“0~1”运营，目前粉丝用户 **10W+**，敏锐洞察用户热点需求，问题回答超 100W+ 人阅读，多篇文章超 100W+ 阅读量。
 - ✓ 具有整合营销、事件营销、拓展营销和项目管理能力，擅长发布会演讲稿、软文、slogan 等文案撰写，兼备新媒体营销能力以及内外部协调能力；绘画能力优秀，具有较高的审美能力。
 - ✓ 具有品牌策略及运营技巧，有营销项目操盘经验，直播推流经验，熟悉线上，线下推广渠道。
- **团队能力**：能够根据业务快速组建符合实际需求的综合性业务团队，能够快速融入团队领域。
- **综合素质**：工作之余担任社区白领“遇见更好的自己”项目美术心理教师，具有优秀学习成长动力及成就驱动力；思维严谨，专业细致，灵活创新，具备较强的责任心及敬业精神，能敏锐洞行业需求点并有效衔接资源网络。

工作经历

2018.10-至今

华为技术有限公司

品牌创意/数字营销经理

公司简介：生产销售通信设备的民营通信科技公司。

品牌创意营销/ 所属部门：营销运作部/ **汇报上级**：部门主管

工作描述：负责华为产品品牌营销建设，根据营销年度规划以及产品路标，制定年度创意规划，带领供应商团队完成创意 Campaign 素材物料制作，提升服务满意度，树立品牌口碑。

工作职责：

- 提炼服务产品宣传卖点，营销策略指定，输出营销方案；视觉定位规划，统一宣传口径，组织内外部资源推动营销落地；发布会 keynote、官网详情页、服务 app banner 文案撰写与审核；新媒体账号运营与维护。
- 针对消费者热点、痛点，沟通整合品牌领域营销内容，带领供应商团队进行素材制作，输出 10 多个产品主 KV 及 landing page, TVC, APP banner 等系列延展，整合营销物料和方案，推动官网网页上线和其他物料落地适配，服务于全球 50 多个国家和地区。
- 指导一线各国推行服务产品运营推广标准动作，“0~1”建立素材制作方法论和服务产品营销推广体系，输出服务产品运营推广指导书，包括计划制定、素材制作、渠道投放、指标建立及运营优化等方法 and 工具，建立全球服务产品营销素材库，场景化案例，提升服务产品营销质量。

工作业绩：支撑 HUAWEI Care，特惠板，Together2020 等 10 多个产品/活动设计落地上线，MKT 总裁超越期望奖，BG 知识运营达人，战时优秀团队奖等。

2017.08-2018.10

中广核研究院

文宣专员

公司简介：国家能源核电央企。

文宣专员/ 所属部门：反应堆工程与设计研究中心市场办 / 汇报上级：部门主管

工作描述：负责反应堆工程与设计研究中心文化宣传工作，开展中心宣传活动策划，公众号运营，中心网站运营、新闻维护和更新，中心各模块日常运营维护。

工作职责：

- 宣传活动策划：成功参与策划国际铅基堆先进能源物理大会、第十七届反应堆数值计算和粒子运输学术会议暨 corphy-2018 全国物理年会，报名参与行业专家达 1000 人以上，投稿论文 300 余篇，广受好评。
- 公众号和中心网站运营：中广核研究院公众号《核家大院》运营，多次策划热点活动，阅读量多次超 5 万+
- 其他宣传内容：撰写中心十周年纪念册，包括前期文案收集，中期设计排版，后期宣传推广；演讲稿、邀请函等各类文稿撰写，央视《走遍中国-核电风云 40 载》和《核电风云录》栏目组拍摄跟进和宣传推广。

工作业绩：Corphy-2018 全国物理年会策划金奖、《不忘初心，牢记使命》演讲稿比赛一等奖。

项目经历

2019.11-2020.01

Together2020 服务回馈季活动

创意项目经理

项目描述：为了回馈消费者推出延保领取活动，更好地推广华为服务口碑，提高消费者服务体验。

项目职责：

- 方案策划：基于友商、服务行业各服务活动情况调研，结合提高华为用户服务体验的需求，推出活动核心内容为“90 天领取延保”，同时增加免费清洁贴膜、保外维修 8 折以及小礼品等环节提升宣传力度。
- 推行管理：组织方案经会议评审决策后，推动各部门及一线实施方案落地。
- 活动前与 art studio 沟通，人员及设计素材方案（官网 KV & landing -page，服务 APP banner、TVC、台卡、折页、应用市场 banner 等），活动宣传准备，活动操作指导输出等。
- 活动中监控数据及执行情况、活动后复盘输出总结等。

项目业绩：服务回馈季活动在全球 56 个国家推行，参与延保领取人数达 268 万人，NSS-D 同比增长 5.53%，华为账号注册量提升 31%。

2020.11-2020.12 HUAWEI MateStation B515

营销经理

项目描述：传统 PC 变革，迈入全场景智慧体验时代，华为推出全新商用台式机产品。

项目职责：

- 卖点挖掘：拉通研发、规划、GTM，从消费者视角和语言梳理台式机核心卖点，打造产品竞争力，从产品的包装挖掘向产品卖点顶层设计牵引，撰写研发故事，发布会 keynote 文案，从美学设计、强劲性能、智慧体验、可靠稳定 4 大核心点解读 HUAWEI MateStation B515
- 营销策划：为台式机上市制定营销策略，确认产品 KV，TVC 等视觉规范，为 art studio 和供应商提供营销素材输入，提供台式机卖点信息，主打 ppt，软文等信息输入，进行宣传策略制定，联同花粉俱乐部、头部科技 KOL，新媒体平台、社媒统一宣传口径，一起传播预热，并举办商用 PC 新品交流会，邀请媒体嘉宾参与现场互动，体验产品性能，发布会后关注官网及商城的消费者声音二次进行造势。
- 推行管理：关注整个台式机产品的生命周期营销动作，指导策略的执行，产品上线官网、VMALL 等各渠道，打通产品与消费者的沟通桥梁，传递产品信息，key message，深度产品卖点，配合产品上市传播计划，为全球各区域提供营销支持。

项目业绩：台式机产量达 60 万台，牵动华为当季 PC 销量，华为 PC 成为国内销量第二大品牌，商用 PC 发布会成功举办，打响台式机品牌第一枪。

2020.10-2020.11 ON Campaign HUAWEI Community 不止一新·跃见非凡 营销经理

项目描述：华为旗舰店 ON Campaign HUAWEI Community 不止一新·跃见非凡智慧办公分享

项目职责

- 营销策划：分享华为 PC、平板业务的发展历程，并从日常办公、会议研讨、差旅图中和自我提升四大典型办公场景出发，深入浅出地向现场观众展示了华为带来的智慧办公新体验
- 推行管理：邀请媒体代表及 KOL 现场签到，联动花粉俱乐部，对本次活动进行预热及总结发布，对功能进行了实际操作演示，展示产品核心亮点

项目业绩：

整体活动满意度 4.78，智慧办公主题分享官方微博、花粉俱乐部及第三方抖音、小红书等全矩阵传播，活动当天 新启动#智慧办公#微博话题阅读量达 291.2 万；KOL 跨圈层邀请，覆盖科技数码、本地、旅行、摄影、时尚等，

产出高质量原创微博 10+篇；科技媒体 Zealer 出品深度文章《打工人心中的智慧办公，应该长这样》

- 15 场活动现场吸引参与 869 人，共覆盖 15000+人次，平均同比上月客流增加约 45%，平均同比去年增长约 35% (万象店)
- social 全网直接覆盖 2422 万+人次，直播覆盖人次 2422 万+人次，话题阅读量达 1662 万+
- PR 全网直接覆盖人次 1744 万+，媒体&KOL 报道量 11+篇，活动新闻稿与深度稿结合，出圈与媒体&KOL 合作，全网阅读量 1744 万+

教育背景

2013.09-2017.07

广东财经大学华商学院

金融工程（本科）

2016.02-2016.07

台湾朝阳科技大学

财务管理（本科交换生）

技能证书

- 语言能力：英语 CTE4，良好的听说读写能力；普通话；粤语
- 其他能力：国画、彩铅、水彩等，写文案，摄影，历史
- 获得证书：证券从业资格证、基金从业资格证、证券一级分析师，中级摄影测量员