

# 吴佳君 (June Wu)



## 个人信息

性别：女

联系电话：+86-13817651231

出生日期：1989.06

邮箱：[june\\_wujiajun@163.com](mailto:june_wujiajun@163.com)

## 个人优势

- **极强的商业数据分析能力：**善于搭建数学模型解决公司战略问题，对销售/市场/财务/人力资源等多方面数据都有深度理解。多次发起设计模型并成为各公司系统改革的雏形，能关联多维度数据发现机会制定生意计划。熟练掌握编程（SQL、VBA）及各类数据库和统计软件操作。
- **影响力和项目协调能力：**推进跨部门会议和部门之间项目合作，在公司战略项目中均作为重要项目组成员，跨部门沟通中首选合作对象。能综合利用多方资源，实现部门之间目标共赢。
- **创新精神善于变通：**探索工作中新思路新方法，将新想法转为行动，优化提高流程效率，增加价值。在有限的资源和条件下，寻找根本原因，转变思路，将复杂问题简单化。
- **持续改变不断更新：**习惯定期思考并反思自我，能将在培训和工作经验中吸收的新理论快速用于实践。在领导力要素培训和领导力提升加速计划后，都通过快速优化工作方法和提升管理能力得到了职位晋升。

## 工作经历

2023.3 – 至今      晖致医药有限公司      销售战略项目与运营经理      零售+医院渠道

### 公司战略项目

- 负责公司业务转型项目的落地推进，从业务需求出发从零开始搭建 CRM 平台，参与功能设计、测试和验收。
- 从前端到后端对接一线销售、销售绩效部门和系统开发部门，重新规划新业务模式下的人员-岗位-客户/门店的匹配，分析销售岗位人效及配置，监管销售行为执行，推进完成 1300+个销售人员岗位辖区调整和管理。

### 零售渠道和医院渠道运营

#### 销量跟进：

- Top8 及 Top500 客户月度自动化看板设计搭建，客户进销存趋势监控分析。
- 通过对历史销量的监控，设定客户及门店的异常销量标准，及时发现销量问题。
- 测算调价前后年度毛销净销变化对于渠道及品牌销量的影响。

#### 目标制定：

- 对齐财务预算数据和统计口径，结合品牌趋势测算渠道年度毛销净销指标。
- 设计指标拆解至地区、客户、门店的方法论模型并跟进指标拆分。

#### 需求计划：

- 对接商务部门提报渠道需求并跟进发货，重建从区域销售预测管理模型，通过渠道各层进销存分析判断需求合理性，对生意健康度持续监控。

#### 费用管控：

负责医院渠道季度 GTN 费用的计划、沟通、统计和检验。

#### 流程搭建：

- 对于销售团队日常运营的各项工作进行路径设计，明确关键任务和动作标准，提升整体运营效能。
- 重启小型连锁客户、加盟店、客户关联关系、门店原址新开的维护流程，识别运营中高风险点并设定规则以降低风险。

2022.6 – 2023.3

雅诗兰黛（上海）商贸有限公司

雅诗兰黛品牌电商运营经理

下属：1人

### 多渠道货品运营

- 负责电商全渠道（包括天猫，京东，抖音，官网，妙颜社）所有 600 余个进口护肤及美妆产品未来 18 个月的预测，与渠道、市场部、供应链深度合作，成功支持双十一大促线上渠道 30 亿+GMV 达成，支持品牌维持高端美妆 No1。
- 对新品需求提报流程重新梳理，使碎片化信息管理转向系统化，搭建新品信息数据库。首次全盘量化评估所有新品对整体销量的影响，验证其合理性。
- 主导渠道配额管理流程优化项目，监控每个平台每周前台产品库存。设计数据模型快速审核补货申请，将每周两次的工作合并为一次，工作效率提升一倍。充分利用渠道间货品资源，大幅减少非必要库存占用。

### 促销活动机制设计

- 基于销量权重和平台流量资源水平，划分全年促销活动重要性为 4 个等级，根据不同活动等级制定机制深度规则，为 60 余个产品组合定制赠品策略。横向对比分析竞品活动设计，发现高潜品增长机会。

### 参与培训：阿里电商生态专项培训

2016.9 – 2022.6

不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司

2019.9 – 2022.6

销售计划经理

公司销售计划&IBP 流程以及销量执行追踪

下属：2人

### 公司销售计划和 IBP 流程

- 负责公司月度需求计划会议和IBP会议，组织供应链、销售、市场、渠道、电商、财务进行跨部门月度销售预测，作为公司计划负责人提交全渠道全品类250余个产品和100余个升级促销装滚动未来24个月需求计划和行动方案，结合供应计划和财务目标，确保IBP流程高效运作。
- 2022年设计搭建全品类及新品预测模型，首次将内部历史数据及外部市场数据相结合，在预测过程中分析产品分销率、市场动销速度、渠道价格、渠道投资及渠道库存等因素对销量的短期及长期影响。全球总部已计划将相关数据及算法加入全球预测系统新版更新内容。并在分析过程中，发现棒棒糖中子品类内外部销量趋势差异，向管理层提出3,000万品类提升机会，成为下半年执行重点之一。
- 负责制定销售年度指标及年中计划分配方案，根据公司战略发展要求将总目标有针对性拆解至12大品类、9大渠道、30个办事处，最终落实指标到每个产品、1,000个经销商、10万+具体门店。

### 销量执行追踪

- 每月实时对线上及线下销量目标完成进度进行监测，诊断达成过程中的相关问题并解决，确保每月100%达成公司期望。连续3年年度实际达成超过目标，从全年33亿达到38亿（年均增长+4.6%）。
- 连续4年新年项目核心成员，负责整体KPI设计、经销商活动返点计划和协议草拟、区域间资源协调。每周向项目负责人和总经理汇报销售进度，达成4个月16亿的销量目标（占全年42%销量）。
- 与BI部门协同设计整套共8份多维度销售数据分析报告，于2019年底实现全部报告线上审阅。
- 管理稀缺产品和关键品类配额，有效利用和平衡地区间、渠道间库存资源，系统化大幅提高订单库存效率。2022年对所有70个涨价单品执行涨价前每个经销商的系统配额管理，确保涨价前渠道库存可控。

2018.7 – 2019.8

销售计划助理经理

产品需求预测

- 负责全公司产品的销售预估，不断提高整体预估准确率至78%。
- 搭建了经销商进销存分析模型，监测每个办事处经销商的库存周转，诊断经销商库存健康水平。
- 集团全球销售预估系统项目的关键用户，在试点全过程中，代表中国提供需求意见和测试反馈。确保系统的设计符合中国市场和业务需求，使工具能提供更为客观的预测。

2016.9 – 2018.6

KPI主管销售

奖金计算及政策制定

- 销售部重组组织架构后，重新梳理各个岗位月度及季度KPI，明确了考核办法和细则。根据奖金政策对所有销售人员的月度及季度奖金进行核算。在2018年人员编制和销售奖金政策项目中，负责计算规划各岗

位销售人员的工作效率。

- **获得奖励：**2017年度优秀员工奖，2019年度优秀员工奖
- **年度绩效：**2017年-2018年超越期望（前20%），2019年-2021年卓越（前10%）

2015.8 – 2016.9      **惠氏营养品（中国）有限公司**      **销售运营计划主管**      下属：1人

#### **预算管理**

- 根据销售指标提供年度销售费用分配计划和月度释放计划，优化投入产出比。
- 发现重复投资、过度投资的门店，针对异常投资情况给予区域反馈建议。
- 完成销售费用申请审批系统升级，重新设定了费用分配规则和审核控制点，使费用投资更规范。

2012.8 – 2015.7      **妮维雅（上海）有限公司**      **销售数据分析主管**      下属：1人

#### **销售指标及销售报告**

- 编写指标管理流程，帮助销售理解规则并对日常指标修改进行维护。
- 根据业务需求，设计了BI数据报告，并与系统部门合作实现自动化，提高了报告的及时性和准确性。
- 设计了多维度月度销售报告手册，汇总所有销售相关数据，便于管理层在月度会议回顾时审阅。

2011.10 – 2012.7      **毕马威华振会计师事务所**      **审计**

- 德国大陆集团及多家汽车及物流公司的年度审计
- 参与河南和谐实业集团汽车贸易公司上市项目，独立负责所有银行相关科目审计
- 在职期间通过经济法、税法、风险战略与公司管理3项CPA课程
- 年终年终评价：高效，部门排名前2

#### **教育背景及资格**

2007 – 2011      **上海财经大学**      **双学士学位**

- 数学系      信息与计算科学专业      理学学士
- 统计系      金融统计专业      经济学学士