|  |
| --- |
|  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| |  | | --- | | **简 space历** | | |  | | --- | |  | |
|  | |

|  |  |
| --- | --- |
| **基本信息** | space |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **姓名：** | 王兴渝 | **性别：** | 男 | | |
| **出生日期：** | 1981年5月18日 | **居住地址**： | 北京市昌平区龙域中路5号院 | | |
| **工作年限：** | 15年 | **户口所在地：** | 北京 | | |
| **薪水：** | 100K\*16，期权另计 | **出生地/籍贯：** | 湖北宜昌/重庆 | | |
| **电子邮件：** | xiaoyuge@gmail.com | **微信公众号：** | [渝言家](https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=Mzg5Mjg4MDgyNw==&mid=2247484244&idx=1&sn=064007a0e353c9fb9573ceb9b0ce81df&chksm=c0361180f74198963c153b956f302d54148915766c4600f88e55e9e05abd9f0595fe3a124f86#rd) | | |
| **移动电话：** | 18612295782 | **Github：** | <https://github.com/xiaoyuge> | |
| **个人优势** | | | | | space | |
| **1.技术经验**  （1）12年toB企业级服务产品开发经验，3年多toC用户端产品开发经验，熟悉toB和toC在用户模型、产品设计和技术架构等方面的方法论差异并有实际落地经验；  （2）熟悉2C高并发大流量架构设计、2B企业架构方法论、基于DDD的分布式微服务架构拆分和设计以及基于Spring Cloud的分布式架构解决方案；  （3）熟悉ZCDP和LCDP模式的aPaaS平台架构和基于主数据+数仓+元数据管理的DaaS架构，并在百度有实际项目落地经验（移动建站平台、CRM云平台）；  （4）熟悉云计算架构，并对Cloud Native云原生相关技术如Docker、k8s、Service Mesh、Serverless、DevOps等有一定的研究；  （5）熟悉大数据生态圈相关技术，对Hadoop生态技术栈如Hadoop、Hive、Hbase、Zookeeper等有较深入理解；  （6）擅长Java技术栈，熟悉Python和Go，了解前端开发相关技术和框架以及基于H5+RN+Native的Hybrid技术架构；  （7）熟悉大型关系型数据库的设计和开发（对mysql、oracle等有较深入的经验）以及非关系型数据存储技术（如redis、memcache、couchbase、mongodb等）；  （8）熟悉 CDN 直播以及基于RTC实时音视频通讯技术的互动直播的架构设计；  （9）了解搜索和推荐技术架构，熟悉分词、召回、排序、重排、内容理解、用户画像等环节的实现；  **2.管理经验**  （1）8年多团队管理经验，最大团队规模130人，有从0到1搭建团队经验（爱奇艺，0 -> 30），也有空降团队实现规模化增长经历（国美打扮家，30人-> 130人）。百度期间主要管理服务端技术团队，爱奇艺期间任事业部整体技术负责人，管理技术闭环团队（包括服务端、数据、算法、移动端和前端），国美打扮家期间任产研部门负责人，管理产研闭环团队（包括产品、UIUE、研发、运维和测试）；  （2）丰富的敏捷项目管理经验，熟悉常用的敏捷开发方法论（如DevOps、Kanban、Scrum、XP等）和实践（如CICD、重构、TDD等）；  （3）在大规模项目的软件工程管理、异地分布式团队管理、持续软件过程改进等方面也具有较为丰富的经验；  **3.业务&创新**  （1）兼具互联网大厂和创业公司经历，对家装行业数字化、CRM（营销、销售、客服、呼叫中心）、SCRM、MA、SEM、MarTech、知识付费、在线教育、电商等领域有较深刻的理解和认知，百度期间完成对广告营销漏斗全环节优化的经验积累，打造了百度基木鱼平台和爱番番平台（SCRM SaaS）的基础；  （2）对业务创新有极大兴趣和激情，百度期间曾多次获得公司、体系和部门创新奖项（如公司18Th Hackathon黑马奖、商业体系最高级别 Level3创新奖、部门极创奖等），爱奇艺期间获得公司创新项目商业路演比赛一等奖（本人是团队ceo和商业计划书主撰写人以及路演演讲人）； | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **职业概况/求职意向** | space | |
| **当前行业：** | 互联网 | |
| **当前职位：** | 产研VP | |
| **工作性质：** | 全职 | |
| **目标地点：** | 优先北京 | |
| **期望薪水：** | 面议 | |
| **目标职位：** | VP、CTO | |
| **工作经历** | | space |
| **2022/7-至今：北京鲲鹏远近科技有限公司（公司规模0-50）**  **职位：**公司联创兼CEO  IT职业成长咨询、教育服务以及软件平台  **2021/5—2021/12：国美打扮家科技有限公司（公司规模500-1000）**  **部门：**装修平台产研中心  **职位：**副总裁（汇报CEO）  **职责业绩：**  作为装修平台产研中心负责人，管理产品、研发、测试、运维、大数据、UIUE等部门，负责国美智能装修平台业务。期间主要工作包括：  1.部门组织架构设计搭建和人员招募；  2.部门内外各项流程梳理优化；  3.部门半年产研规划制定和实施（包括产品迭代规划和技术架构规划）；  4.带领团队完成装修平台从1.0到2.0的重构和平滑切换，并推动业务模式基于2.0平台验证跑通  **2018/6—2021/5：北京奇艺世纪科技有限公司（爱奇艺，公司规模1000-10000）**  **部门：**知识事业部  **职位：**技术总监(10级，汇报SVP)  **职责业绩：**  作为事业部整体技术负责人，从0到1搭建技术团队和技术架构，并完成爱奇艺知识产品从0到1发布以及后续持续迭代优化，产品整体包括用户端、合作方开放平台和运营端。三年期间，通过快速迭代和持续优化，上线并运营近5万门课程以及个人或机构等CP合作方近4000家，驱动产品的DAU和营收实现多次阶段性增长，DAU峰值600w，营收接近盈亏平衡  2**009/12—2018/5：百度在线网络技术（北京）有限公司（公司规模1万人以上）**  **部门：**商务搜索部、商业运营平台部、商业基础平台部  **职位:** 技术经理（M2A）  **职责业绩：**  作为服务端技术负责人，带领团队完成公司多个战略性项目，实现对公司客户和收入增长的有力支撑  1.广告收入提升项目：凤巢营销专家系统、凤巢客服账户优化系统、凤巢智能账户优化系统等；  2.广告主ROI提升项目：糯米直通车店铺装修、feed移动营销页、移动建站平台、线索管理平台等；  3.客户增长和服务增值项目：sme-crm、ka-crm、CRM云平台等；  **2009/9—2009/11：爱可信（北京）技术有限公司**  **部门：**产品研发部  **职位：**高级软件工程师  **职责业绩：**  作为服务端工程师，完成国内第一个基于Flash技术实现的，智能化、图形化的纯女性潮流社区的开发和上线  **2006/7—2009/9：中盈优创资讯科技有限公司（中国电信和电讯盈科合资企业）**  **部门：**产品研发部  **职位：**高级软件工程师  **职责业绩：**  作为服务端工程师，负责电信运营商IP网管系统中的拓扑管理模块的研发工作，实现中国电信cn2网络的拓扑展示、监控和告警，赋能电信网络的数字化运营。 | | |
| **项目经验** | | space |
| 2022/7-至今：**IT职业成长咨询与服务**   |  |  | | --- | --- | | 项目描述： | IT职业成长咨询、教育服务以及软件平台。主要定位用户群体涵盖IT相关专业22-35岁的用户群体和想转行IT行业的跨行业人士。提供IT行业全生命周期职业成长咨询和服务，包括入门基础IT课程以及专家路线和管理路线的针对性成长课程。 | | 责任描述： | 公司联创兼CEO，负责整体规划运营 |   2021/5—2021/12：**国美BIM智能装修平台**   |  |  | | --- | --- | | 项目描述： | 打扮家是2015年成立的互联网家装创业公司，2020年底被国美收购后，作为国美旗下的BIM智能装修平台，承载国美整体的家装业务，是国美集团“家·生活“战略的重要组成部分，目标是打造基于分段模式的透明装修平台，用户分段式购买，服务者分段式结算。整个平台包括前台、中台和后台。前台服务于c端业主用户，包括打扮家APP和小程序，主要提供设计、施工等服务商品和材料类实物商品的分段式按需购买，中台服务于平台上供给侧的服务者和供应商（如设计师、工人、管家和材料商等），包括服务者APP、PC工作台和商家系统，后台主要包括业务运营系统，服务于公司内部的运营和管理人员。 | | 责任描述： | 产研部门负责人，期间主要工作包括：1.部门组织架构设计搭建和人员招募；2.部门内外各项流程梳理优化；3.部门半年产研规划制定和实施（包括产品迭代规划和技术架构规划）,产品部分主要完成2.0平台的规划和上线，包括工艺/工价库、商品库、施工平台、服务者等级积分体系、材料家居商城、商家平台等核心功能，技术部分主要推动了基础研发环境以及核心技术架构的优化；4.带领团队完成装修平台从1.0到2.0的重构和平滑切换，并推动业务模式基于2.0平台验证跑通。 |  |  |  | | --- | --- | | 2018/6—2021/5：**爱奇艺在线教育和知识付费平台** | | | 项目描述： | 爱奇艺公司内部孵化的创新业务，前身是爱奇艺教育频道， 2018年6月在此基础上启动知识付费项目，定位以视频内容为主、IP定制内容为特色、高品质全品类的综合知识服务平台，在视频课程之外，还囊括了包括音频课、听书、好书解读、直播以及训练营等各种知识内容或服务的形态，同时还提供了碎片化的知识短视频，帮助用户实现从碎片化到体系化的进阶学习，同时帮助知识生产者实现从公域流量到私域流量的引流、沉淀和商业转化闭环。内容品类上包括教育和知识两大方向以及15大细分品类。业务同时覆盖了包括移动客户端、iPad端、TV端、PC客户端、PC网页端、H5、小程序等多端，历史业务峰值DAU达600W。除了上述的用户端，还包括面向合作伙伴的开放平台（包括个人或机构）和运营端，支持对课程相关内容、知识店铺和学员进行一站式的管理、营销和服务。 | | 责任描述： | 从2018年6月开始，作为技术总监从0到1搭建技术团队，并带领团队完成爱奇艺APP插件、随刻APP插件、爱奇艺iPad插件、知识独立APP、知识IPad版、知识H5站、知识小程序等从0到1的建设，并通过接口方式支持知识内容在爱奇艺H5站、爱奇艺PC站、爱奇艺PC客户端、TV（包括奇异果tv和tv sdk）等多端的分发和售卖。三年期间，上线并运营近5w门课程以及个人或机构等CP合作方近4000家，实现整体DAU和收入完成阶段性增长。 |  |  |  | | --- | --- | | 2017/9—2018/5：**熊掌号-商家营销平台（原名：商家号）** | | | 项目描述： | 熊掌号整体是服务于公司内容生态自建的目标，包括面向自媒体（媒体机构）的百家号、面向站长的搜索资源平台以及面向企业的商家营销平台等。商家营销平台的定位，是通过百度流量等权益引导商家入驻熊掌号，完成内容营销、在线客服和粉丝运营等功能。平台价值包括三方面：一用户价值，通过确保商家优质结构化内容能够被百度高优索引或推荐，从而更好地满足全网用户的需求；二是客户价值，通过帮助商家实现更高的用户转化和留存，以及通过粉丝运营持续触达用户实现老用户促活，提升客户营销 ROI，三是百度价值，帮助百度实现基于内容营销和粉丝运营的商业化变现，提升收入。 | | 责任描述： | 作为技术经理（M2A）带领团队完成平台建设，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线。 |  |  |  | | --- | --- | | 2017/8—2018/5：**华佗-医疗熊掌号** | | | 项目描述： | 李叫兽牵头负责的医疗生态项目，主旨在政府提出医疗广告八准八不准的新形势下，打造医疗优质生态，转型内容营销，赢得政府与用户对百度医疗的信赖。内容营销的主要实现思路是与优质医院/机构合作，监督并引导其产出优质的医疗内容，满足用户的知识诉求，建立信任，再完成商业转化。我团队主要负责B端平台建设，平台主要功能包括医院和医生帐号注册、资质录入提审、医院熊掌号搭建、医生主页建设、医生文章页建设、内容发布熊掌号和阿拉丁等。 | | 责任描述： | 作为技术经理（M2A）带领团队完成平台建设，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线。 |  |  |  | | --- | --- | | 2017/8—2018/5：**移动建站平台（aPaaS，现百度基木鱼平台）** | | | 项目描述： | 通过抽象出基于商家素材完成结构化内容快速搭建的可复用能力，为直通车店铺装修系统、Feed移动营销页系统、华佗医疗熊掌号和熊掌号商家营销平台等系统提供公共的站点/页面/店铺建设服务。该平台由开发规范（BSML）、模板（组件）服务、IDE 可视化编辑器、预览服务、编译服务、检索服务等部分构成。 | | 责任描述： | 作为技术经理（M2A）带领团队完成平台建设，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化，并推动各业务产品线迁移该公共平台。 |  |  |  | | --- | --- | | 2016/11—2017/12：**线索管理平台（CRM SaaS，现百度爱番番平台，）** | | | 项目描述： | 该平台主要服务于百度广告主客户，帮助客户完成在百度域（包括凤巢、Feed、网盟等）进行广告投放后的线索（如电话咨询、IM 咨询、咨询留言、表单等）收集、管理、融合、分析理解和价值提炼，并帮助客户基于分析识别出的高价值线索完成账户优化以及RT、Lookalike、OCPC等全域再营销工作，提升广告主营销ROI，同时提升百度收入。目前平台已经完成了凤巢线索通、Feed 营销页以及市场上主流 IM 工具厂商（如商桥、快商通、美洽、53KF等）的线索数据接入。 | | 责任描述： | 作为技术经理（M2A）带领团队完成平台建设，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。 |  |  |  | | --- | --- | | 2017/1—2017/12： **Feed移动营销页系统** | | | 项目描述： | 该系统主要服务于百度内容生态，为Feed信息流广告客户提供高效便捷的移动营销页建设服务，并和Feed 广告投放系统打通，为Feed 信息流广告投放提供高质量的落地页，目标提升 Feed 广告落地页用户体验和转化效果。系统首先能够支持高效的营销页建设,包括基于丰富模板和组件的可视化拖拽页面建设、竞品落地页一键搬迁以及基于卖点和广告创意的智能页面拼装能力；其次支持页面投放过程中的智能优化，包括A/B 测试、基于用户画像数据的千人千面能力等；最后还支持丰富的数据分析，通过页面和组件粒度的数据采集实现OCPC投放、账户优化报告（流量分析、来源分析、用户画像等）等数据分析能力输出。 | | 责任描述： | 作为技术经理（M2A）带领团队完成系统建设，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。 |  |  |  | | --- | --- | | 2016/9—2016/12：**百度地图商家营销平台** | | | 项目描述： | 该平台的定位是为百度地图的商家提供营销赋能，主要服务于线下零售业务场景（Shopping Mall和品牌门店），通过基于地图场景的线上营销活动，吸引线上流量转化成线下到店流量，最终促进线下品牌门店销售收入增长。平台包括运营端和商户端两部分，运营端负责账户、商家、品牌、门店、合同管理以及运营报表查看等功能，商家端负责卡券、营销活动管理和卡券核销等功能。商户端通过和地图C端打通，实现通过线上营销活动完成权益投放从而吸引线上流量线下到店进行核销的流程闭环。该平台在2016年平稳支撑了百度地图的感恩节活动和元旦&圣诞活动。 | | 责任描述： | 作为技术经理（M2A）带领团队完成平台建设，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。 |  |  |  | | --- | --- | | 2016/4—2016.12：**糯米直通车推广店铺装修系统** | | | 项目描述： | 该系统主要服务于百度O2O生态，为糯米本地生活服务商家提供便捷的线上店铺装修服务，并和百度本地直通车推广系统打通，为糯米本地生活服务商家做直通车推广提供高质量的店铺页作为落地页，目标提升直通车推广转化效果。 | | 责任描述： | 作为技术经理（M2A）带领团队完成系统建设，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。 |  |  |  | | --- | --- | | 2014/3--至今2016/4：**CRM云平台（PaaS/aPaaS + DaaS + SaaS）** | | | 项目描述： | 百度面向SME广告主、KA广告主和联盟会员都建立了对应的CRM系统，在系统建设和运行的过程中，从业务、技术和数据等层面都暴露出一定的问题：从业务上，三者都有操作型业务，且都有从线索->商机->合同这样的业务流程，但各个系统没有统一规划而是独自实现，业务逻辑和代码存在重复开发的问题；从技术上，在门户、权限、下载、工作流等技术实现上也各自一套，在底层技术上没有融会贯通；从数据上，系统桶状建设导致数据分散，无法从客户、产品、合同等数据域看到一个完整的客户视图；另外，由于百度发展的需求，需要开展更加多元化业务，寻找其他的业绩增长点，因此，交易等业务逐渐发展起来，新的业务需要运营产品能够提供快速地支撑。为解决上述问题，我们提出了接口标准化、技术平台化、业务服务化、服务集成化、开发自助化的解决方案，并基于云计算平台的模式规划了CRM云平台，包括IaaS（公司基础架构部提供支持）、PaaS/aPaaS、DaaS和SaaS共四层。其中PaaS包括了19个子平台（核心子平台包括统一门户、页面配置运行平台、服务集成平台、权限控制服务、服务总线、工作流、消息中心、日志中心和配置中心等），并在此基础上封装并提供了在线全流程可视化开发平台魔拼（一个aPaaS平台）。DaaS主要包括元数据管理、客户主数据和客户数据仓库三部分。SaaS层通过对CRM业务的梳理和抽象，初步规划了线索、商机、客户、合同等标准的业务服务。 | | 责任描述： | 作为高级项目经理（M1B）和技术经理（M2A）带领团队完成CRM云平台中DaaS层主数据、PaaS/aPaaS层的建设和SaaS层的架构规划，帮助平台持续完善能力，提升易用性、稳定性和性能。并推动平台完成应用建设的支撑，帮助应用建设持续提升效率，降低成本。 |  |  |  | | --- | --- | | 2013/1—2015/3：**广告统一售卖平台（KA-CRM系统）** | | | 项目描述： | 该平台的前身是百度大客户广告投放平台（ALB），主要完成大客户广告上线前的产品备案、销售政策制定、排期管理、合同/订单管理、订单分发、订单上线和财务收入确认等功能。其中的订单上线功能因为不同的广告上线流程和操作不同，因此拆分到了不同的广告投放平台，而剩下的功能则作为统一售卖平台的功能提供给百度的大客户销售和渠道。百度大客户销售和渠道可以通过该平台完成200多条产品线的售卖，其中包括了搜索推广、网盟推广、品牌专区、阿拉丁、鸿媒体等重要产品，下游则对接了凤巢、北斗、锦囊、春华、秋实等十几个个广告投放系统。 | | 责任描述： | 作为高级项目经理（M1B）带领团队完成平台功能的拆分，完成从其他团队的平稳交接过渡，并通过一系列措施提升平台的稳定性，接手后三个月平台每月线上问题数下降40%。在保障系统稳定的同时，也积极推进研发模式向敏捷转型，不断提升研发效率。同时和PM一起对该平台进行了重新规划和定位，该平台将改造成支撑KA和SME广告售卖的统一平台。 |  |  |  | | --- | --- | | 2012/12—2014/9：**大客户CRM 2.0项目（KA-CRM系统）** | | | 项目描述： | 百度大客户的收入占百度收入将近三分之一，但随着互联网广告市场规模的放缓，以及百度收入增长率的下降，KA业务面临销售任务的压力也日益凸现，因此迫切需要对KA战略和业务流程进行审视和重新规划，同时需要提供对应的运营产品帮助KA业务提升效能。基于此，公司规划了支撑KA业务更好更长远发展的KACRM系统，包括操作性CRM和分析型CRM两个子系统，操作性CRM主要帮助大客户销售和渠道完成客户管理、商机管理和销售过程管理等流程性的支撑工作。分析型CRM主要帮助管理人员进行运营分析、销售漏斗分析，帮助营销人员进行产品分析、账户分析和账户优化等工作。 | | 责任描述： | 作为高级项目经理（M1B）带领团队完整参与整个项目，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。 |  |  |  | | --- | --- | | 2012/3--2012/12：**客户流失防御项目（SME-CRM 轩辕客服系统）** | | | 项目描述： | 百度的广告客户流失现象一直以来是一个较为严重的问题，客户流失率一直处于较高的水平，不仅对公司的总体消费造成不利影响，还大大抵消了新客户开发的成果。因此，本项目旨在通过系统及时挖掘出有流失倾向的客户，并暴露出来让客服及时关注，同时，针对客服对客户的服务进行规范化的提醒，来遏制公司客户的流失情况。在流失预警方面，系统通过分类算法建立了概率流失预测模型，自动对流失概率较大的客户进行提前预警，同时，系统根据不同客户的成熟度程度，对客服及时进行服务预警，避免因为服务不到位引起的客户流失。 | | 责任描述： | 作为项目经理（M1A）带领团队完整参与整个项目，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。 |  |  |  | | --- | --- | | 2011/10—2012/12：**凤巢智能账户优化项目（SME-CRM 轩辕客服系统）** | | | 项目描述： | 凤巢客服优化系统从效率和质量两个方面帮助客服进一步提升了账户优化的效果，但在使用过程中还是暴露了一些问题，比如1）用于账户识别和筛选的潜力分析主要考虑了消费提升潜力，忽略了客户自身的质量和推广效果，筛选出的待优化账户更多是出于提升消费的目的，客户自身的推广意愿和效果未充分考虑；2）客户基于行业和业务点的分类粒度还是太粗，同行对比数据说服力不足；3）生成的账户优化方案不能直接对账户操作生效，因此也无法做效果评估。同时，随着百度搜索推广的复杂度越来越高，客户越发不知道如何下手进行账户优化，同时也越来越依赖客服，客服的工作压力也与日俱增。因此，智能账户优化系统1.0孕育而生。该系统首先引入了客户质量度评分用作客户识别和筛选，评分同时考虑消费提升潜力和客户自身质量作为计算因素，其次将客户划分为成熟客户和季节性客户，然后将客户按照业务点、消费和地域进行多次聚类，将更合适的『同行』客户划分到一起，提升同行对比的说服力和优化建议的合理性。最重要的是，系统生成的账户优化方案可以直接操作凤巢生效。为解决客户优化复杂度高客服优化工作量大的问题，我们在1.0的基础上又做了2.0，2.0在1.0的基础上将常见场景的优化建议作为一个优化包，比如开拓客源包、效果恢复包、质量度优化包等，客户或客服可以一键完成针对性的优化，进一步降低了客户使用门槛，同时也提升了客服的工作效率。 | | 责任描述： | 作为TTL（技术负责人）和项目经理（M1A）带领团队完整参与整个1.0和2.0项目，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。 |  |  |  | | --- | --- | | 2010/12—2011/10：**凤巢客服优化项目（SME-CRM 轩辕客服系统）** | | | 项目描述： | 凤巢营销专家系统上线后，极大地提高了营销方案制作的效率和质量，对百度搜索推广收入和客户推广效果也都带来了提升。但在使用过程中还是存在一定的问题，主要表现有：1）对要优化的账户缺乏自动识别和筛选，客服很难从大量需维护账户中快速定位需要重点优化的账户；2）部分优化分析和建议基于行业粒度，缺乏针对账户粒度的针对性分析和建议；3）基于行业粒度的账户划分太粗，导致账户优化方案中推荐的账户结构、关键词和创意的质量及关联性不够；因此，客服优化系统是在营销专家系统上进一步的增强优化。该项目建立了一套提供给客服使用的，以发现优化潜力（发现问题）->分析客户帐户（分析问题）->得到和执行优化方案（解决问题）->评估优化效果（效果检验）为流程和方法论、并辅助以专业优化工具的完整体系，从而在效率和质量两个方面帮助进一步客服提升帐户优化工作效果。该系统主要包括潜力分析、账户识别、推广漏斗分析、行业分析、模板工具、结构化词库等模块。 | | 责任描述： | 作为TTL（技术负责人）完整参与整个项目周期，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。带领其他组员共同完成推广漏斗分析、模板工具（基本等同于原营销专家基础上的升级版）等核心模块的需求把握、模块设计、开发上线和维护优化。 | | |  |  | | --- | --- | | 2010/6—2010/12：**百度客服Call Center项目（SME-CRM 轩辕客服系统）** | | | 项目描述： | 百度客服在日常工作中，会根据客户的推广消费和效果等情况，进行电话呼出沟通优化方案和续费，并会接到客户的日常电话呼入，咨询和解决相关问题。百度客服Call Center项目就是支撑客服日常电话呼入和呼出相关的业务流程，提供包括坐席管理、IVR路由、来电弹屏、工作记录、工单流转、录音质检、话务统计分析等功能。 | | 责任描述： | 作为TTL（技术负责人）完整参与整个项目周期，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。带领其他组员共同完成基于第三方天润平台的相关功能升级优化，以及主导从天润平台迁移自建呼叫中心。 |   2009/12—2010/6：**凤巢营销专家项目（SME-CRM 轩辕客服系统）** | | | 项目描述： | 百度的广告主客户最关注的是在百度投放广告的效果，但大多数广告主一是没有时间来维护自己在百度的推广账户，二是搜索营销具有一定的复杂度门槛，很多广告主不知道怎么来维护自己的推广账户。因此，大多数广告主选择让客服来帮忙维护自己的推广账户，有的甚至全托管。因此，帮助广告主做推广账户优化是客服每天最重要的工作之一。但广告主客户数量和客服数量的悬殊，使得一个客服平均要维护几十甚至上百的推广账户，而且账户优化工作基本都是线下手工完成，使得账户优化工作效率低下，且优化方案的内容基本依靠客服经验，缺乏科学的数据分析依据。因此，本项目通过建设营销专家系统，为客服提供一个线上自动化的营销方案生成工具。该工具可以基于要优化的账户，进行行业分析（户均关键词数、户均ACP、户均点击量等）、网民分析（高需求地域、兴趣点等）、网站建议、账户报表（消费结构、消费汇总、消费趋势等）等多纬度分析，然后给出针对性的账户优化方案（账户结构搭建、关键词推荐、出价建议、创意撰写等），最终一键生成专业的营销方案。 | | 责任描述： | 作为核心工程师完整参与整个项目周期，包括需求评审、概要设计、详细设计、开发上线以及后续的迭代优化。负责其中行业分析、账户优化方案等核心模块的需求把握、模块设计、开发上线和维护优化。 |  |  |  |  | | --- | --- | --- | | 2009/9—2009/11：**女性SNS社区网站项目（友密网）** | | | | 项目描述： | 国内第一个使用Flash技术实现的，智能化、图形化的纯女性潮流社区。 | | 责任描述： | 负责服务端开发工作。 |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 2006/7—2009/9：**中国电信Chinanet和CN2网管项目** | | | | | 项目描述： | 该系统能够对中国电信Chinanet和cn2网络提供诸如故障管理、配置管理、性能管理、流量管理、路由管理和拓扑管理等网络基本管理功能，同时还能提供客户管理、报表管理、VPN管理和质量考核管理等业务管理功能，能满足运营商和大型专网对自己的IP网络的综合管理需要。 |  |  | | 责任描述： | 负责拓扑管理模块的研发工作；基于ILog JTGO实现cn2网络拓扑相关功能开发，负责程序的单元测试、文档交付、bug解决和性能优化工作；负责项目验收前的现场支持以及项目上线后的技术支持工作；负责拓扑管理模块依赖的告警中心程序的代码维护和技术支持工作。 |  |  | |  | |  |  | | 2004/8--2005/8（实习）：**中国人寿统计信息系统** | | | | | 项目描述： | 通过对中国人寿的业务数据进行整合，构建一个全局一致的数据集合，使中国人寿公司的管理人员能够及时的获得全公司的经营信息，并能对关键指标进行统计与分析，从而为公司的管理决策提供科学的支持。同时该系统承担定期为保监会报送科目数据的任务。 |  |  | | 责任描述： | 前期负责后台数据仓库模型设计(主要有保费分析模型和承保分析模型)和数据ETL程序的开发(主要为保监会月报ETL程序)；后期负责前台数据展现的开发(保监会报表和中介业务报表等)。 |  |  | | | |
|  | | |
| **教育经历** | | space |
| |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 2003/9--2006/7 | 清华大学 |  | 软件工程 |  | 硕士 | | 主修课程:  JAVA程序设计、面向对象技术与应用(UML)、数据库原理、数据库管理技术(ORACLE)、数据仓库与数据挖掘、软件度量技术、工作流技术基础、软件过程改进、IT项目管理  论文发表：  1.ODS数据增量更新策略的研究与实现，计算机应用研究；  2.人寿统计信息系统架构设计中的问题及解决方案，计算机工程。 | | | | | | |  | | | | | | | 1999/9--2003/7 | 北京理工大学 |  | 自动化 |  | 本科 | | 主修课程：  电路原理、数字电路原理与设计、模拟电路原理与设计、人工智能、自动控制原理、计算机应用基础、计算机控制系统、C语言程序设计  毕业设计:  红外线遥控系统设计与实现，获得优秀毕业论文 | | | | | | | | |