

陈江涛

上海 | 17601056803 | ethan.jt.chen@outlook.com

很理性的文科生，坚信智识生产力，实现个人成长。



自我介绍

8 年社会化营销和数字营销经验，4 年品牌前策和传播规划经验，曾就职于国内顶尖整合营销传播机构，提供客策一体的营销服务。

长期专注 B2B 数字营销和 D2C 新消费，特别是科技（AI、SaaS）、数码 3C、新能源、文化产业等行业，具有品牌前策、市场/行业研究、IMC 整合营销传播、社会化营销及数字营销等专业技能和相关经验。

服务过包括 **iQOO（vivo 旗下主打游戏场景手机品牌）、思科 Cisco、海航集团、新东方集团、戴姆勒集团、青岛啤酒** 等不同类目不同服务要求的客户，并参与了包括 TCL、海航系，博世热力，上海美影，水井坊等多个项目的前期沟通和比稿。

特别服务世界 500 强客户——思科多年（2013-2020），服务内容涵盖了社会化营销、数字营销、SCRM 开发及全渠道数字化本土落地，内容创意和制作等，项目获得业内认可的金鼠标和虎啸奖。

具备良好的策略思考能力、团队领导力，娴熟的沟通技巧和优秀的口头表达，以及对客户及市场的洞察力，特别是数据挖掘能力。

工作经历

- 少多广告（时趣互动 BU）| 客户总监 | 至 2022 年底

带客户服务团队，协同创意团队和第三方执行团队，为客户提供营销代理服务。服务内容包括但不限于整合营销、社会化营销、数字营销，产出内容包括但不限于视频、海报、文章、小程序、社区等。

- We Insight 茵赛信息 | 营销经理 | 2021 年 4 月 – 2021 年 10 月（6 个月）

以品牌咨询公司的身份，为客户提供品牌定位服务，包括基础的市场调研和品牌研究方案，以及初步的市场测试。

- **WE Marketing Group 威汉营销 | 高级运营经理 | 2019 年 5 月 - 2021 年 1 月 (1 年 8 个月)**

以品牌方的身份，制定年度 4P 营销规划，并带队落地传播策略的。

- **WE Digital 威动营销 | 社群经理 | 2015 年 7 月 - 2019 年 5 月 (3 年 10 个月)**

为客户提供社会化营销创意方案和内容制作服务。

注：WE Digital 和 WE Marketing 为同一营销集团的不同主体，负责不同业务。

技能

市场营销

- **社会化营销**，从营销目标出发，制定账号定位，内容策略，以及全面落地；
- **数字营销**，为客户制定全渠道营销策略，SCRM/H5/website 制作，App 推广及社群裂变拉新；
- **整合营销战役**，基于营销目标，组织团队策划，提案和执行，包括文案，设计，投放等；
- **品牌/商业策划**，孵化品牌从零到一，包括品牌定位，传播策略，全年营销计划等；

项目管理

- 用项目思维完成日常任务，从项目目标出发思考任务的要求和执行方法；
- 管理项目生命周期，从立项，策划，到执行落地，协调团队内外部的预期，资源等；

沟通协作/客户服务

- 固定客户服务最长时期长达 5 年，在此期间多次获得客户发来的认可信；
- 作为项目 leader，需要带领团队和公司内部，客户团队进行长期有效的沟通合作；

领导能力

- 2017 年开始负责北京团队，包括业务、人事、行政，组织发展等多方面工作，且在此期间多次带领团队独立参加并赢得部分比稿业务；
- 为团队发展负责，制定团队成员的工作范围和成长路径，一起奋斗，一起成长。

项目经验

IQOO 手机 2022 年社会化营销

- iQOO 是 vivo 旗下主打游戏场景的手机品牌，其产品系列包括数字系列、Neo 系列和 Z 系列，年框服务内容为社会化营销 (社交媒体平台) 全年执行，平台包括微博(品牌和宠粉)、微信(服务号、视频号、微信群)、知乎、头条、小红书等。
- 作为客户总监，带领客服团队、协同包括文案、设计及第三方创意团队，为客户提供账号运营、内容营销(规划和制作)、月度活动、社群运营，以及复盘报告等服务。
- 业绩:
 - 核心内容:
 - 品牌活动:周年庆、代言人生日/活动、618/双 11 电商节
 - 新机发布:10 系列、Neo6 系列、Neo7 系列、Z6 系列
 - 日常运营:特指固定栏目、月度亮点、周活动
- 数据表现:
 - 微博(iQOO 手机)
 - 粉丝净增 50 万+, 属行业 Top2
 - 均互动量 2,858, 属行业 Top3
 - 微博(iQOO 联络站)
 - 总互动量 322 万+, 比去年增长 794%
 - 总阅读量 9,052 万+, 比去年增加 134%
 - 微信:
 - 推文 42 篇, 增粉 47 万, 2 篇阅读量破 10 万+
 - 兼顾视频号直播和私域微信群
 - 知乎:增粉 1.7 万+, 互动总量属行业 Top1, 5 篇阅读量破 10 万+
 - 头条:增粉 4.1 万+, 互动总量属行业 Top1, 5 篇展现量破千万+

POLESTAR 极星全年营销战略规划 | 2021 年

- 对品牌营销进行诊断和竞品分析，基于新能源汽车特定的消费者旅程，制定营销系统模型和传播媒体矩阵，构思全年营销主题并延展营销战役和自有媒体传播内容选题。

B2B/集团层面的品牌社会化营销和数字营销，操盘社交网络大使计划

- 雅式 2021 年 Chinaplast 深圳橡塑展 | 2021 年 2 月至 4 月
 - Chinaplast 橡塑展是国内最大的橡塑行业展会，疫情爆发当年暂停举办，计划 2021 年从广州迁到深圳举办，面临疫情和改举办地所造成的预约参展人数低迷的困难。

- 协助项目组和媒介团队，制定内容营销和品牌大使计划方案并落地，全新调整了媒介投放内容选题方向从产品调整为品牌向和消费者向，通过 workshop 组织团队培训学习，邀请过往参与企业负责人成为品牌大使，制作和传播定制化内容，实现实际参观人数突破目标。
- 思科 | 2015 年 10 月至 2020 年 5 月
 - 思科官方社交媒体账号运营，包括微博，微信账号定位，运营策略，活动策划和落地；
 - 思科在中国基于社交媒体的数字营销，配合美国总部借助国内的 Martech SaaS 平台落地 omni-channel 全渠道营销战略；
 - 为思科创新开发社交网络大使计划，在社媒兴起初期，通过激励思科员工提高思科社交媒体力量；

集团层社会化营销和整合营销传播战役

- 海航集团社交媒体矩阵规划，内容策略，活动落地等；
- 配合公关活动的社交媒体投放，包括微信朋友圈、今日头条，腾讯新闻等；
- 在此期间还参与了多次该集团下的社会化营销比稿项目；

品牌/商业策划

- **HelloHighs**: 基于企业发展现状，研究竞争环境和企业优势，制定品牌定位和竞争战略，并协助从零到一落地，包括小红书为核心的 KOC 种草、KOL 达人带货、信息流投放，官方社交媒体矩阵等站外引流，梳理产品亮点、名称、TVC 等；
- **调氧**: 制定品牌定位，产品架构，传播策略和全年营销计划；
- **青岛啤酒**: 高端啤酒线市场调研，输出市场调研结果，产品建议，上市计划等；
- **内部创业项目 – 非显著星球知识付费社群**
 - 基于“非显著趋势”，构建商业模式并摸索知识付费业务；
 - 搭建知识付费基础设施，包括社媒账号，小鹅通等；
 - 组织线上线下培训课程，维护学员关系和资源置换；

数字营销

- **新东方教师节和 315 打假官社群拉新 | 2018 年 8 月至 2019 年 4 月**
 - 挖掘家长和学生的相同洞察策划拉新活动，助力新东方各地区学校的社群运营工作；
 - 在教师节之际，上线为老师打 call H5，鼓励家长和学生为自己的老师点赞，并获得邀请好友免费试听的机会，进一步为各地学校转化；
 - 315 打假官游戏小程序，通过让学生在游戏中练习中文错别字、背单词，为各地区学校社群建立群外流量池，降低转化难度；
- **水井坊 SCRM 咨询项目 | 2018 年 10 月至 2019 年 10 月**
 - 在水井坊 SCRM 重建之际，协助客户的 IT 供应商重新搭建标签体系；

· **途伴熊 App 冷启动项目 | 2018 年 10 月至 2019 年 11 月**

- 途伴熊 App 背后母公司为戴姆勒集团，为其用户提供安全出行服务，包括位置共享、一键报警、安保服务等，其目的是为其车主提供增值服务增加品牌粘性，同时引流用户成为车主；
- 全新 App 冷启动方案融合了产品开发进度、品牌公关，社交媒体偏好，种子用户等全方位渠道同时发力；

社交媒体: <https://web.okjike.com/u/6D9FB2CB-659F-4513-B494-7F9365FCBAD7>