

KAI CHEN (陈凯) | Growth PM / Product Ops (增长产品 / 产品运营)

kai.chen@demo.com

链接

- GitHub: <https://github.com/kai-chen-demo>
- 主页: <https://kai-demo.vercel.app>

核心亮点

- AI 原生的增长型产品运营：把“增长策略”做成能跑的实验，把“运营流程”做成自动化工具，把“简陋”做成可探索的产品。
- 关键词：vibe coding / AI workflow / growth experiment / lifecycle / analytics
- Google Maps：连续贡献 Streak 任务体系 A/B(28 天)，7 天二次贡献率 +11.8%。
- Google Maps：首次贡献向导 A/B(14 天)，首次贡献完成率 +14.2%，引导页点击率 -10.5%。
- Microsoft Teams：Recap 分享引导 A/B(21 天)，分享率 +8.4%，分享者二次打开 +12.7%。

经历

Google | Growth Product Intern (增长产品实习生, Google Maps)

2024.06 - 2024.10 | Mountain View, CA

- 负责 Google Maps「本地贡献 (Local contributions)」链路增长：从引导、激励到留存复访
- 主导 2 个 A/B 实验 (任务体系、推送节奏)，沉淀埋点口径与周复盘机制

Microsoft | Product Operations Intern (产品运营实习生, Microsoft Teams)

2024.11 - 2025.03 | Redmond, WA

- 负责 Teams「会议体验」方向：会议前/中/后关键行为转化 (预约、参会、回看、分享)
- 搭建指标面板与异常告警，推动 1 个功能引导迭代上线

Apple | App Store Editorial Ops Intern (App Store 内容 / 运营实习生)

2025.04 - 2025.06 | Cupertino, CA

- 参与 App Store “Today” 内容选题与专题页运营流程
- 优化内容提交与素材校验的工作流 (减少返工、缩短上线周期)

项目

Google Maps: Local Guides 「连续贡献 Streak」任务体系 (增长机理)

背景：新用户第一次贡献后复访率低，“想贡献但不知道下一步做啥”。目标：提升 7 天内二次贡献率、降低首次贡献流失。

- 设计 3 层任务：新手 (1 次贡献) 进阶 (3 次) 彩蛋 (7 天 streak)

- 任务卡片放在「贡献入口」下方，点击直接跳到可完成动作（拍照 / 评价 / 纠错）
- 推送策略改为“行为触发”：完成首次贡献后 24 h 若未复访，推送下一步任务而不是泛提醒
- 补齐埋点：贡献类型、入口位置、任务卡曝光 / 点击、 streak 断点原因

结果：7 天二次贡献率 +11.8%；贡献入口点击率 +9.6%；Push 退订率无显著上升 (< 0.3% 差异)。

复盘：奖励不是关键，“下一步动作”可达性才是关键；任务卡必须是“点了就能做”。

Google Maps：新用户「首次贡献引导」从说明页改成“1 分钟完成向导”（Onboarding）

背景：原引导页像说明书，跳失高；用户看完也不会做。目标：提升首次贡献完成率（First Contribution Completion）。

- 把引导改成 3 步向导：选类型（照片 / 评价 / 纠错）示例（1 屏）直接拍 / 填
- 文案从“讲功能”改为“给结果”：例如“用 20 秒帮其他人找到入口”
- 新增“可跳过”与“稍后提醒”（减少反感）
- 设计“失败兜底”：用户卡在权限 / 定位 / 网络时给出明确下一步

结果：首次贡献完成率 +14.2%；引导页跳失率 -10.5%；次日留存 +3.1%（对新贡献用户）。

复盘：Onboarding 最重要不是“教育”，是“让用户完成第一个可见成果”。

Microsoft Teams：会议后「Recap 分享引导」提升传播与复用（产品运营 + 增长）

背景：很多用户会看 Recap，但不会“分享给没参会的人”，价值没扩散。目标：提高 Recap 的分享率与二次打开率。

- 在 Recap 页新增“一键分享”浮层：对未参会同事推荐分享（按组织常见协作对象）
- 把分享 CTA 从按钮改为“场景化文案”：例如“把要点发给没参会的人（30s）”
- 调整默认权限提示：减少“怕泄露”带来的犹豫（写清楚仅组织内可见）
- 做分层实验：对“参会人数 6 且会后 24 h 内打开 Recap”的用户优先展示

结果：Recap 分享率 +8.4%；被分享者二次打开率 +12.7%；负反馈下降 18%。

复盘：企业产品的增长，很多来自“把价值传递给下一位用户”的链路优化。

Microsoft Teams：会议体验数据面板 + 异常告警（数据体系项目）

背景：团队对“参会、回看、分享、互动”的口径不统一，复盘经常吵架。目标：统一口径并建立日常监控（异常当天发现）。

- 建立指标字典：参会率、迟到率、Recap 打开率、回看完成率、分享率、互动率
- 把埋点拆成事件级别：view_recap / click_share / open_share_link / watch_recording 等
- 在 Looker / Power BI 搭分层：组织规模、会议人数、行业、客户端（桌面 / 移动）
- 加异常告警：例如“某客户端版本回看完成率下降 > 5%”自动提示到 Slack / Teams Channel

结果：复盘会议时长 -30%；定位 2 个真实问题（移动端权限提示 / 某版本回看卡顿）；实验设计与迭代速度提升。

复盘：增长前要先“修语言”，指标是团队协作的共同语言。

Apple App Store：Today 专题「效率工具周」策划与上线流程优化（内容运营）

背景：专题上线流程多方协作（编辑 / 设计 / 本地化 / 素材），返工多、周期长。目标：缩短从选题到上线周期并减少素材返工。

- 把“素材提交”改成标准化清单：尺寸、命名、版权声明、截图版本号
- 做 Notion 模板：选题 素材 审核 本地化 上线（每一步有负责人和截止时间）
- 增加“预检查”：在提交前自动校验素材规格（减少被退回）
- 复盘历史 10 个专题，整理返工原因 TOP 5 并逐一对齐规则

结果：专题平均上线周期 10 天 7 天；素材返工次数 -35%；协作节奏更稳。

复盘：内容运营也可以像产品一样做“流程体验优化”。

个人作品：V i b e C o d i n g 做的「G r o w t h P o r t f o l i o」互动简历站（前沿个性）

背景：把简历做成“可探索的产品”，不是 PDF。目标：10 秒看懂我是谁，1 分钟看到作品，3 分钟产生可信感。

- 主页 Hero 设计成“电子名片”：一句话定位 + 三个入口（P r o j e c t s / T i m e l
n e / C o n t a c t）
- T i m e l i n e 做成可拖拽 / 可滚动的“线性交互浏览”（像看产品迭代史）
- P r o j e c t s 做成“展馆式浏览”：每个项目卡片可展开看到目标 / 过程 / 结果
- S k i l l s 做成 i c o n c l o u d：点击技能会高亮关联项目（让技能不是空话）

结果：3 次模拟面试反馈：更记得住我做过什么、更像产品人；把站当作个人增长实验，持续迭代文案 / 布局 / 排序并观察停留与点击。

复盘：作品集本身就是产品，交互与叙事就是你的产品能力证明。

技能

增长

- 漏斗分析、用户分层、生命周期运营、激励机制、A / B 实验

产品

- P R D、信息架构、O n b o a r d i n g、埋点方案、跨团队推进

数据

- S Q L（基础）、L o o k e r / P o w e r B I、G A 4 / A m p l i t u d e

前沿工具链

- v i b e c o d i n g（快速 demo）、自动化脚本、N e x t . j s / V e r c e l、F i g m a N o t i o n

教育 / 证书

H a r v a r d U n i v e r s i t y

B . A . i n E c o n o m i c s | M i n o r i n C o m p u t e r S c i e n c e | 2 0 2 1 . 0 9 - 2 0 2 5 . 0 5

证书

- H a r v a r d P r o d u c t L a b（产品实践项目）
- A I B u i l d e r s 社群（工具共创）