|  |
| --- |
|  |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | |  | | --- | | 吕念 | | 男 | 27岁 | 1988年2月 | 未婚 | 5 年工作经验 | 大专 | | 北京 | | 手机：15210780245 | | 邮箱：282380682@qq.com | |  | |
| |  |  | | --- | --- | |  | 自我评价 | |
| |  | | --- | | 1.专精产品规划和黑盒测试，其次电商运营；后端产品规划经验比较资深，其次移动端和前端；整体设计思想以简约易用的体验为主！   2.能快速理解各种业务模式、商业模式和产品市场定位，确立用户需求，进行产品原型设计，撰写PRD文档。   3.精通软件使用如：AXURE RP、Mindmanager、office系列等产品设计工具；熟练使用JIRA、QC、禅道、SVN等日常工具。   4.个人作品赏析，详见博客：http://photo.blog.sina.com.cn/categorys/f/5104531193 密码：65431278，请勿它用！ | |
| |  |  | | --- | --- | |  | 工作经验 | |
| |  |  | | --- | --- | |  | **2015年4月--至今 | 海底捞餐饮股份有限公司 | 信息部 | 信息产品经理** | |
| |  | | --- | | 公司性质：民企; | 公司规模：30000人 | | 职责描述： |   主要负责海底捞saas云服务平台后台产品线的规划，主要包括：基础资料，crm，收入，会员、电商、报表等几大模块，设计思路清晰，研究行业竞品雅座、天子星、银豹、真功夫、lightspeed等，页面按钮布局吸取国内外优秀的设计风格，以使用者操作体验优先！   目前近况：产品划归技术经理管辖，无专业产品总监去衡量产品经理的价值和贡献，干起活来以口头沟通为主（技术经理要求快、减少流程，出问题抛给产品经理顶），没有权利规范需求评审流程和产品设计流程，受制约较大。 |
| |  |  | | --- | --- | |  | **2014年4月--2015年4月 | 北京海德康健信息科技有限公司 | 产品部 | 产品经理** | |
| 公司性质：上市公司; | 公司规模：50-150人  职责描述：  主要负责北京医生网前台产品线规划（包括登陆注册、首页、搜索列表页、搜索结果页、医生详情、科室详情、医院详情、预约列表、预约详情等）、私立医院挂号平台后台产品线规划（包括用户管理、医疗信息管理、停诊预约管理、规则设置管理、邮件管理、数据分析管理、网站资讯管理等）、医生在线手机客户端产品线规划（包括首页、个人中心页、病历管理页、医院列表页、医院详情页、医院排班页、视频候诊页、视频接诊页、登陆注册页、新手引导页等）  工作业绩：  1.北京医生网前端产品作为外部项目，团队积极协作按期交付甲方，并且获得了客户认可。  2.私立医院预约挂号平台后台产品是为公司自有平台设计开发，服务于线下私立医院的上线平台相关信息录入，号源管理等。  3.医生在线手机客户端产品是公司针对外部客户的需求，根据竞品春雨医生、微医、病历夹、健康之路、好大夫在线研发的一款网络医院就诊平台，并按期交付！  **2011年10月--2014年3月 | 九州通医药集团股份有限公司 | 电子商务中心 | 产品规划/产品经理** |
| |  | | --- | | 公司性质：上市公司; | 公司规模：10000人以上 |   平台网址：www.yyjzt.com B2B电子商务平台服务对象是各分子公司医疗机构、零售连锁药店、零售单体药店、 厂商代理商、经营批发等客户；http://www.qumaiyao.com 去买药O2O平台 服务对象时普通客户和药店管理员。  工作职责：  负责B2B电商平台管理员后台产品线设计（包括买方管理、卖方管理、商品管理、价格管理、串货管理、库存管理、活动管理、展销会管理、销售信息查询、首页信息管理、客服管理等模块）、手机APP客户端产品设计（包括登陆页、商品类目、购物车、订单列表、账户管理、历史采购、从模板采购、积分兑换等模块）、去买药O2O平台前端需求改版等工作。  工作业绩：  1.B2B电子商务平台上线到全国12家分子公司，实现与当地erp系统的数据交互与对接，对分公司电商运营人员做了专业的推广培训、网站操作培训。  2.两年多时间我们接到并妥善处理分公司反馈的需求和BUG一共400多项，全国使用电商B2B平台的交易额保持在9-12亿规模。  3.帮助不少分公司争取到了当地政府电商扶持资金。  工作心得：  传统企业电商转型要充分调研不同类型客户群体，设计功能时思维逻辑要严密、产品交互的效果要考虑易用性、构思新的产品要契合公司整体的业务模式并稳步推进；产品的大方向上需要以线下业务为导向，针对业务一线员工反馈的需求，不是全部满足而是（根据数据分析指标，开发优先级综合评估）循序渐进的对产品做迭代、创新。 |
| |  |  | | --- | --- | |  | **2009年9月--2011年9月 | 湖北新东网软件有限公司 | 运营部 | 产品运营** | |
| |  | | --- | | 公司性质：民营; | 公司规模：100-499人 | |  |   工作职责：基于公司与电信的合作，由运营总监带队驻点湖北电信省客服中心办公，配合甲方电子渠道部门展开工作，我主要负责梳理客户需求、撰写技术需求文档、营销活动策划、网站运营、网站测试、客服培训、项目协调等工作。  参与项目：湖北电信网掌厅项目、湖北电信翼起购项目、远程支持黑龙江,山西网厅项目等  工作流程：  通过电信网掌厅的运营，带动网掌厅的增值业务办理量、宽带缴费量/续费量、网站注册人数/活跃客户数等主要指标的提升，同时开发wap站、策划主题营销活动和线下实体营业厅物料宣传等手段完成各项考核任务。  工作描述：  1:梳理局方客户日常需求，撰写技术IT需求方案，并督促技术IT开发、协助测试、上线验收。  2:撰写网掌厅营销活动方案以及相关的活动规则与实施指引文档，并与电信局方客户讨论确定。  3:督促美工对网厅宣传点图片的制作，如进行页面效果图设计、修改、并完成静态页面  4:上线运营后协助电信推广人员通过各渠道:如10000号外呼、短信群发、宽带推送、邮件群发、实体营业厅与代理点、网厅首页推荐、广告、各省互联星空、热线信息港、百事通商城等方式宣传推广。  5:制定并执行活动宣传方案、活动奖品申请、撰写活动FAQ、搜集活动运营中的BUG、协助局方客服处理活动相关投诉、优化整体活动流程、活动后期制定活动下线方案、活动下线测试、活动总结汇报.  6. 协助与相关合作公司就活动细节、支付方式、合作形式签订相关的协议，协调卡号绑定、发货、汇款、退款等事宜。   CRM系统（自有产品）  项目描述：这个项目属于公司自研发的产品，根据客户的需求定制化开发CRM软件系统，通过时间收费或者一次性买断付费。  工作描述：  1.接收客户定制化需求，并进行需求分析，提交专业的技术需求文档。  2.跟进系统开发，负责黑盒测试，验收交付客户。  3.监控客户使用情况，及时解答客户有关产品的问题，如发现BUG及时协调相关技术修复。如果遇到需求变更的情况，向上级领导反馈，内部评估后给客户作出答复 。  4.配合好销售部门做好售前相关工作，协助成交。   工作业绩：团队成员协作共同完成年度考核任务和各项运营指标，并让客户满意！  工作心得：不同类型项目采取不同的运营方式，外包项目比较看重考核指标（一般甲方客户登陆量、缴费量等指标每年的增幅比较稳定），规划时更多考虑甲方的需求、优化服务流程、提升用户体验为主，策划覆盖面广的活动、宣传点覆盖要到位、利用好渠道资源发挥联动效应。自有项目则比较看重精准化营销（一般客户不多，很多需要从零开始）,策划的活动、功能点需要针对细分的群体的区别化开展，每个阶段的数据统计上则更看重单一的指标（如登陆量、浏览量、广告投放产出比、付费用户转化率、活跃客户数等），不同时期针对性不同，推广方面的投入较大。 |
| |  |  | | --- | --- | |  | 教育背景 | |
| |  |  | | --- | --- | |  | **2006年9月--2009年7月 | 湖北第二师范学院（语言文化学院） | 计算机信息管理 | 大专 | 全日制统招** | |