

黄先生

性 别：男 工作经验：6 年 出生年月：1987.12
婚姻状况：未婚 户籍所在地：北京 现居住地地：北京市丰台区
联系方式：18610353305 E-mail：xldejl@163.com

【求职意向】

工作性质：全职

期望职业：项目管理/产品运营/用户分析/企划管理/活动策划/市场运营/

期望行业：互联网/电子商务/

工作地区：北京

期望月薪：10K-15K/月

目前状况：离职

【个人技能】

- 项目管理 |项目运营 |新媒体运营 |产品运营 |市场营销 |活动策划
- Google Analytics (GA) | 百度指数| Office
- Xmind |process on |Axure |墨刀

【自我评价】

1. 擅长统筹规划、执行，善于激发团队的激情；
2. 擅长用户需求判断，了解客户的新需求，策划合作方式；
3. 学习工商企业管理，经济与管理，市场营销学专业课程；
4. 积极向上，乐观开朗，抗压能力较强，自我完善能力与学习能力良好；
5. 有较高的团队协作意识、喜欢接触和了解更多的创新的事物；
6. 对工作尽职尽责，吃苦耐劳是根本，愿意服从公司对本人岗位进行合理调配；
7. 思维敏捷，应对速度快，学习能力强。

【工作经历】

2015/05 ~ 至今

行无疆(北京)体育文化发展有限公司 | 企划总监

汇报对象：CEO 下属人数：8 人 岗位薪资：15k*12 个月

工作描述：

一、管理

- 1、目标制定：挖掘产品价值主张，制定商家/用户各维度运营目标及运营模型
- 2、岗位定则：围绕商户活跃度、用户量及转化率三大核心目标，制定并考核员工 KPI
- 3、责任担当：对组内成员予以指导、沟通和管理，对运营结果负责

二、实施

1、商家管理及成长（toB）

- （1）商家拓展：对产品进行商业化包装，触动商家痛点，提升商家新签及续签量/率
- （2）商家体系：建立商家等级和信誉体系，以数据为支撑，打造商家维护和激励模型
- （3）商家管理：建立管理规则，依托管理工具和人工服务，深度对话（KA）商家
- （4）商家促活：获取商家诉求，举办各类活动，配合激励手段，提升商家活跃度

2、用户激活及转化（toC）

- （1）内容维护：打造微信、论坛、资讯、专题等可阅读、互动及传播的内容
- （2）激励触发：采用礼品、积分、勋章、折扣、优惠券等方式进行激励
- （3）服务品控：精选高性价比的服务方案（SKU），满足用户需求

3、流量获取及留存

- （1）站内资源：产品接口，广告推送，内链，软文，论坛，SMS/EDM 等高流量布局
- （2）站外资源：群组互动，APP 植入，微信推送，DSP，商家驻场展示等商业布局

4、活动策划及控盘

- （1）互动活动：策划互动有礼，节日秀场，线上课堂，转发集赞，砸蛋抽奖等活动
- （2）营销活动：打造线上招商，设计大赛，季度大促，服务专场，折扣秒杀等活动
- （3）线下活动：区域地推，企业内购，展会活动，渠道拓展等

三、支撑

- 1、资源串联：利益共赢为前提，协调各资源部门支持、协作
- 2、优化方案：采集商家/用户意见反馈及竞品分析，对产品和运营策略提出优化方案
- 3、数据分析
 - （1）商家维度：新签及续签率，商家在线时长及活跃度等

(2) 用户维度：用户量及属性，CAC，留存及活跃量/率等

(3) 产品维度：流量及其入口，转化量/率，订单量，复购率等

工作成绩：

1、商家运营

(1) 商家新签率 70%以上，续签率 90%以上，总合作商家 710 家，覆盖城市 32 个

(2) 服务方案 (SKU) 店均 20 个，活动驻场率 40%以上，返场率 90%以上

2、用户运营：累计用户量 200 万以上，CAC≈10 元，活跃率 35%以上

3、流量运营 (日客流量和帖子流量)

(1) 站内流量：固定入口+站内推广+软文帖子，日均 PV50 万以上

(2) 站外流量：流量互换+渠道合作+自媒体传播，日均 PV10 万以上

4、活动运营

(1) 互动活动 (曝光、用户量)：平均 pv100 万以上，平均互动 1000 条以上

(2) 营销活动 (订单、转化率)：月度专场+季度大促模型，订单转化率平均约 0.3%

(3) 线下活动 (曝光、强粘性)：总用户增加量 10w 人以上

2011/03 ~ 2014/11

国一金典 | 营销策划部总监

汇报对象：总经理 下属人数：30 人 岗位薪资：15k*12 个月

工作描述：

一、规划

1、运营策划：分析产品 (PC 端) 特征及产品优势，策划高质量运营方案

2、方案制定：解析产品核心价值产出，制定合理、可量化 KPI 指标、人员编制及岗位定责

3、竞品分析：分析行业内其他平台商业模式，推动自身项目优化

4、营销策划：依托自身 B2B 平台及第三方 B2C、C2C 平台，制定产品线上营销策略

5、优化推广：制定精准的线上、线下优化推广方案，有效提升站内流量及品牌曝光

6、商家运营：制定合理有效的会员 (B 端) 激励方案并推动，提升各维度用户转化率

7、数据分析：

(1) 针对产品营销进行价格、推广、营销及各环节转化率分析计算

(2) 针对合作商家进行产品需求分析，协调策划部门对其产品制定网销策略

(3) 收集行业伙伴的商业资讯、剖析案例，对运营方案及产品提出优化建议

(4) 协同各部门参与市场调研、情报收集、分析与预测，提出发展建议和设想

二、管理

- 1、KA 运营：负责所辖 200 个快消品类电商平台的大客户运营及维护
- 2、平台运营：负责所辖 200 个快消品类电商平台的日常运营及内容更新
- 3、渠道合作：制定各平台渠道合作模式并实施（腾讯、百度、网易、慧聪、中搜等）
- 4、部门串联：负责运营体系内外部门之间的工作协调及配合，实现利益最大化

三、实施

- 1、商家运营：精准描绘用户画像，有效制定激励手段，活跃目标商家
- 2、品类运营：快速提升 SKU 量，完善品类参数及精致阶梯报价
- 3、KA 运营：开放资源端口和管理工具权限，对核心大客户进行深度运营
- 4、活动运营：根据产品及运营需求，策划具有产品特性的线上、线下活动
- 5、流量运营：有效整合站内外流量资源并精准引导，提升流量转化率

四、支撑

- 1、资源协调：建立目标一致化的团队内、外部关系，支持项目高效开展
- 2、数据分析：联合 BI 团队对运营数据进行解析，支撑运营工作效率提升
- 3、优化建议：与研发及市场团队紧密合作，有效推动产品及品宣方案优化

工作成绩：

1、商家运营

- （1）活跃卖家量提升 5 倍，卖家在线时长提升 3 倍
- （2）单店 SKU 平均提升 50%以上，品类参数完善度平均 80%以上
- （3）商家活动返场率 90%以上，合同续签率提高 20%

2、流量运营

- （1）站内流量：利用站内推客产品，建立 CPS 引流模型，日均引流 PV1 万以上
- （2）站外流量：借助搜索引擎（百度，搜狗，360 等），日均引流 PV3 万以上

3、交易运营：订单量 200 单/日以上，交易额 350 万/日以上，订单转化率 0.2%

- 1、所辖各平台商家续签率 90%以上，平均在线时长提升 2~5 倍
- 2、分销渠道拓展，KA500 条/年
- 3、采购及招商线索，KA600 条/年，每站 1200 条/年
- 4、所辖各平台流量，日均 pv8000 以上
- 5、产品营销专场月均 1 个/站，平均总 pv5 万以上，转化率 0.12%

