

Ashley-双本科-女

姓名: Ashley
微信: DearEden2026
电话: 15201311098
邮箱 eden_11@qq.com

求职意向:
品牌pr/市场/运营总监
渠道增长负责人
广告投放/SEO负责人

教育背景

2012.09 - 2016.07
Shanxi Agricultural
University
英语语言文学专业 本科（统招）
2014.05 - 2016.06
University of Illinois
（美国伊利诺伊大学） 经济学
国际交换生

专业技能

TEM 8、BEC Higher , TOEFL115、IEITS 8、Creative Writing

获奖经历

复旦大学光华诗歌奖得主 未名诗歌奖得主
全国大学生英语能力竞赛一等奖、全国法治论文竞赛一等奖、全国影评大赛一等奖
林萧传媒首届诗歌大奖赛作品选、全国文学艺术大赛一等奖
第 76 届圣何塞世界科幻大会亚洲会员国/地区评委，都柏林 2019 雨果奖提名

个人优势

1、具备海外市场业务相关项目 0-1 的运营、品牌市场管理、策划，及制定海外 KOL、KOC 营销方案的经验；

拥有海量的海外 KOL 资源；负责 Discord、Twitter 等 Web3 全球社区社媒的日常运营、活动运营经验。

2、具有国际化视野 具备海外用户运营增长经验，9 年以上团队管理经验，管理过 35 人团队；有美国知名大学海外交换生 2 年学习经验（获全额奖学金）；了解欧美人群喜好，善于抓住用户心理，更懂年轻人的追求；

3、具有招募 5000 多个北美及其他区域 KOL 经验，拥有海量海外 KOL 资源；

4、有币圈头部交易所）市场品牌运营业务+广告投放seo bd运营经验；
曾任职一线大公司任职资深品牌策划和海外运营管理；

4.1 熟悉从 0-1 制定内容生态体系&海外广告投放经验；

4.2 和 KOL branding，建立基于产品的 Global 品牌体系，并开发配套品、宣推广物料、官网及 App 运营策略、用户教育等；

4.3 熟悉并擅长线上产品从 0-1 的内容生态构建 - UGC 上线到落地的全过程；

4.4 SEO 优化及 KOL 引流转化，有丰富的社媒社区资源和 KOL 媒体推广经验；

4.5 擅长谷歌 SEO 优化及 KOL 内容生态矩阵及短视频生产；

4.6 丰富的海内外社区社媒品牌推广落地经验。

自我评价

- 1、精通多国语言：英语、俄语、西班牙语、法语、德语等；
- 2、具备快速学习能力，善于接受新事物；
- 3、具有优秀的网络嗅觉，对内容和市场趋势有高度敏感性；
- 4、具备出色的创意写作能力与经验；了解欧美及东南亚人群喜好，青春有活力，善于抓住用户心理，更懂年轻人的追求。

工作经历

2024.01-至今 香港某交易所 CEX 运营总监

(包含渠道投放 平台/内容/活动/社媒社区社群运营 SEO 用户增长 品牌 PR 平面设计等)

汇报对象:CEO 团队人数:30 人

- ✓ 多平台投放：熟悉 Facebook Ads、Google Ads、TikTok Ads、YouTube Ads、小红书、微博等平台规则。
- ✓ 目标受众分析：利用数据分析精准锁定 Kpop 粉丝、明星粉丝、直播用户等高转化群体。
- ✓ 创意优化：结合 AI 生成广告文案、视频，提升点击率和 ROI。
- ✓ A/B 测试 & 预算分配：针对不同广告素材、受众、转化路径进行测试，优化投放成本。
- ✓ 数据驱动决策：通过 GA、广告后台数据、BI 工具分析用户行为，提高投放效率。
- ✓ ASO 优化（自然增长）
 - 关键词优化：覆盖 Kpop、明星周边、直播、短视频等核心词。
 - 应用图标、截图 A/B 测试，提高点击转化率（CTR）。
 - App 评价管理：提升五星好评，降低负面评论对排名的影响。

✓ 付费投放（用户增长）

- Apple Search Ads (ASA) / Google App Campaigns：精准锁定目标用户，提高下载量。
- 社交平台投流：利用 Facebook、TikTok、YouTube、Twitter 等平台做外部引流。
- Influencer & 直播带货推广：结合 Kpop & 明星资源，通过网红推广 + 直播导流，提高 App 安装率。
- 数据分析 & ROI 优化：通过 GA、Firebase、Adjust、AppsFlyer 等工具监测转化，优化广告投放策略。
- 深刻理解 Web3 社交赛道、去中心化社区运营和 Token 经济模型，并结合产品特点制定有效的运营策略，实现用户增长、留存和生态繁荣。
- SEO：
 - 通过搜索引擎优化（SEO）提升交易所官网、博客、帮助中心等页面的自然流量，降低获客成本（CAC），并提高品牌词的搜索占比。
 - ✓ 对搜索趋势的敏感度（比如预判“以太坊 ETF”将是年度热词）。
 - ✓ 黑客式执行力（48 小时内复制竞品外链资源）。
 - ✓ 用 ROI 说话（每月汇报“SEO 节省的广告费等效金额”）。
 -

1. 制定并负责增长策略:负责制定并执行产品从 0 到 1 的增长策略，包括用户研究、品牌 定位、媒体公关、产品冷启动、自建媒体账号、内容/信息流投放等，并对实施结果承担全面 责任；

2. 团队建设与管理:组建并管理一个高效的运营增长团队，确保团队目标与公司愿景一致；

3. 构建自有流量池:在各类短视频, 新媒体平台, 通过以内容为主的持续运营, 达成品牌宣传, 产品推广, 营销转化;制定新媒体矩阵投放策略;
4. 打磨增长模型:构建与产品特性相契合的增长模型, 并持续进行迭代优化, 以实现最佳增长效果;
5. 有主导或参与过 0-1 阶段产品增长的成功经验;管理 30 人以上团队;行业信息通畅, 熟悉主流的增长手段并能基于项目段灵活运用(如自建短视频/新媒体账号, KOL 合作、SEO、信息流广告等); **内容敏感度:具有优秀的网络嗅觉, 对内容 and 市场趋势有高度敏感性;**
6. 国际化视野:具备一定国际化视野或有海外增长经历;公司战略与品牌策略:与 CEO 协同, 结合公司战略、目标和战略计划, 制定品牌策略、定位、核心价值的传播。具备把战略翻译成可执行的品牌计划, 指导部门内部/跨部门以及外部供应商达到一致性的高效传播;
7. 产品力与用户:能够始终如一的从用户角度出发提出品牌方案, 深度理解栖息地产品力和核心差异化价值, 并能够将产品力翻译为用户语言传播出去;
10. 团队和协同:领导和管理品牌团队, 能够了解团队成员的能力圈, 知人善用, 激发整体团队的创造力和积极性。能够与核心外部部门充分沟通协调, 了解核心诉求, 平衡项目优先级, 提供高度一致的品牌指导和产出。

2022.10—2024.1 北京阿里巴巴集团

职位: 品牌&全球业务运营总监

汇报对象: CEO 团队人数: 35 人

职责:

- 1、根据公司业务从0到1规划及搭建电商运营全团队操盘, 制定全球(欧美、东南亚)出海市场策略: 品牌出海+达人营销策略+线下跨界活动
围绕市场营销策略、品牌公关活动、市场营销、线上线下整合体验等方面创新和实践; 实现公司的品牌价值和市场营销理念, 提升公司品牌认知。
- 2、负责公司品牌战略规划及品牌体系建设, 制订销售计划, 并对销售计划结果负责; 从0到1策划独立站和Tiktok店铺运营, 协助商家入驻, 全流程产品货架前后端梳理及供应链管理;
- 3、负责公司市场营销发展战略制定, 对营销效果负责, 不断优化推广工作及方法, 提升营销效率和效果转化;
- 4、从 0 -1 搭建直播间, 包括账号矩阵、选品、主播培训、TK+抖音、快手、微博、微信视频号内容生态;

品类: 家居家纺、东南亚及欧美女装, 3C 产品, 健身器材, 美国护肤品、日用品等;

5、负责产品: 家居家纺、女装、3C、护肤等品类。

6、本土化策略: 打造平台影响力的关键路径

6.1 时间: 踩中本土节点, 打造品牌一致性;

6.2 人物: 采用本土名人, 玩转社媒热点;

阿里旗下的跨境电商出海业务平台在海外布局多年, 至今已覆盖西法、美洲、俄罗斯等重点市场, 并积极拉动日韩、中东等新兴市场的增长。

在海外营销中, 2023 年 3 月在韩国营销较为出圈。3 月 9 日, 速卖通在首尔举办成立以来的第一场海外发布会, 官宣演员马东锡为其首个代言人, 广告语为“只换头像能解决问题吗? 海淘, 哥帮你搞定! ”。广告投放后, 获得韩国用户的热烈反响, 在社交媒体上掀起一股“换马东锡头像”热。

6.3 渠道: 铺设线下活动, 实现品牌升级;

7、策略判断: 内外部的双重决策模式

7.1 流量: 立足外部媒介环境, 设计针对性策略;

国内外的媒体与流量环境、用户的注意力分布情况截然不同, 营销策略的选择, 离不开对当地流量市场的预判。一方面, 北美电商处于碎片化状态, 流量拥有者们(网红、博主、创作者)的变现效率很低, 他们更多以分享生活方式、个人风格作为账号主题, 而非直接带货出售商品; 另一方面, 北美年轻人消费者的注意力集中在 NFL、NBA 和其他各种体育赛事中, 以及美剧 Netflix、HBO 和各种综艺、真人秀节目, 并不具有过多的碎片化时间和习惯。

7.2 生态：采取差异性策略，构筑内部平台生态

对于一个跨境电商巨头而言，针对旗下不同平台设计差异化的营销方案，在不同国家范围内进行推行，建立起完整且覆盖中高端和下沉市场的平台矩阵，是在这场海外争夺战中获取更多市场份额的重要措施

工作业绩：

1、成功邀请国外500 多家印尼、越南、泰国商家入驻阿里及 Tiktok平台，招募 5000 多个北美及其他区域 KOL;2. 家居家纺、女装、3C、护肤等品类; 3、月度 GMV 达千万级别以上

Bybit Global 2019.12 - 2022.09

职位：运营总监

所在部门：现货及合约部

汇报对象：CEO

团队人数：28

职责：

1. 制定合约产品内容和投放策略;
2. 基于数据效果，调整 KOL 组合和投放策略，保证投放 ROI;
3. 负责社区日活提升，从产品侧增加更多的社区流量入口，配合营销部门做大客户召回和转化;
4. WEB3 Defi 市场品牌战略方案策划、执行和效果跟踪评估;
5. 负责 Discord、Twitter 等 Web3 全球社区社媒的日常运营、活动运营统筹规划等;
6. 围绕 NFT、借贷产品，广告等不同阶段的战略目标;
7. 确定用户目标、制定社区运营的整体机制，增加社区人数、活跃度，提高转化率，为商业化变现负责;
8. 负责不断调整与完善运营机制、整合内外部资源，设计并执行多重用户增长和裂变机制，完成用户增长于转化指标。
9. 深度理解 IP、账号定位，制定短视频、直播间、孵化策略;
10. 全面负责体系内老师 IP 的孵化工作，包括筛选、起号、直播变现等;
11. 建立标准化的孵化 SOP 体系及孵化流程;
12. 参照相关对标可借鉴账号，持续优化运营策略，提升 IP 账号价值。

项目包括：

- 1、Gamefi、NFT、Cube 公链等，主要负责：

对接海外项目方，协助输出内容营销方案，社区活动方案;

对接海外客户经理，提高各项目转化率、曝光度&活跃度，Defi 项目全操盘，对结果和数据负责; 2、负责区块链相关产品业务全球化推广 SOP 的建立，支持海外运营团队在所有国家进行推广、落地; 3、负责海外 KOL 运营及项目推广，挖掘 KOL 资源及价值，整合平台资源，并最终实现用户增长目标

字节跳动科技有限公司 2016年7月-2019年12月

职位：Tik Tok高级运营管理

工作职责：

- 1、负责直播业务相关项目的从 0-1 的运营工作;
- 2、负责策划制定海外 KOL、KOC 营销方案;
- 3、负责通过 YouTube、Instagram、Tik Tok、FB 等渠道，自主开发并联系优质 KOL，寻求合作;
- 4、为新品做引流推广，通过视频、广告、内容软文、宣传文案等方式，跟进效果提升产品流量和曝光率;
- 5、参与策划活动，协助 KOL 内容策划，并跟踪制作视频、广告、文案链接;
- 6、建立长期稳定的 KOL 合作渠道，维护优质 KOL 的合作关系;
- 7、跟进推广进度，监控与分析相关数据，根据推广效果优化 KOL 质量和营销策略;
- 8、负责教育业务海外总账号的基础社媒运营;
- 9、负责企业文案、品牌文案、产品广告文案及宣传活动推广文案的撰写;
- 10、管理品牌运用、新媒体、自媒体内容策略与创意;
- 11、负责撰写有关品牌及产品形象的文字介绍和软文;

工作业绩:

1. 抖音短视频年度 GMV8 亿;
2. 完成用户留存 56%，并招募 430 KOL 入驻平台，持续稳定地发布视频内容，吸引新的用户与流量。

项目经历及荣誉:

1、从 0-1 建立公司媒介资料库，涵盖短视频、户外、社交媒体 YouTube、Instagram、Amazon, Twitter、Tik Tok、Discord, Reddit 等，综合网络品牌线上线下渠道传播公司业务品牌核心理念。

年业绩由 50w 增长至 1000w+, 增长率 2000%;

2、IP 孵化案例: Twitter 每场在线 5-9W 人, 单月转化 10W 用户, Tik Tok 招募主 5689 人, 产品转化营收 3000W, 主持 Online & Offline 活动 200 场, 如 Binance、Hackathon、AMA、Podcast、Crypto Festival、香港&新加坡 Web3 嘉年华等;

品牌案例:

3.1 从 0 -1 建立公司媒介资料库, 涵盖: 短视频、户外、社交媒体 YouTube、Instagram、Amazon、Twitter、Tik Tok、Discord、Reddit 等, 综合网络品牌线上线下渠道传播公司业务品牌核心理念, 树立并提升公司品牌形象;

3.2 完成策略品牌升级, 包括获取重要客户, 业务板块培训, 品牌体系搭建, 商务内容整合等。

3.3 年业绩由 50w 增长至 1000w+, 增长率 2000%。

代表案例:

3.4 梅西世界杯全域品牌活动策划及推广, 四川省文旅厅品牌战略合作, 郎朗教育品牌代言(VIPKID) ;

3.5 KOL 宣发案例: Bybit直播、huobi live专场、AI 国际广告品宣、郎酒集团-青花郎品牌方案(线上) 1919:俄罗斯世界杯推广、618 西南区域 Joy Space 推广等;

把控品牌出街作品: 文案、图片、视频软文、UGC、Medium、Mirror、Crypto News、CoinTelegraph、Twitter Reddit 发稿, 对接各品类媒体、媒介及运营机构;

主导并参与品牌策略、产品策划推广、品牌公关等。

