

秦毓濛

✉ 158-6234-2896 ✉ charlotteqym@163.com



教育背景

| | | | |
|---------|------|----|-------------------|
| 上海外国语大学 | 英语口译 | 硕士 | 2020.09 - 2023.03 |
| 苏州大学 | 电子信息 | 本科 | 2016.09 - 2020.06 |

个人总结

- 2年海外KOL达人营销经验，专注海外用户增长，了解各主流社交平台用户调性及社媒热点趋势
- 具有较强的快速学习能力、抗压能力以及跨部门合作能力

工作经历

| | | |
|-----------|-----------|-------------------|
| 拼多多(TEMU) | 海外KOL达人营销 | 2023.04 - 2025.06 |
|-----------|-----------|-------------------|

工作概述：负责TEMU在美国社交平台的达人营销工作，在YouTube、Instagram、TikTok等主流内容平台，通过与达人合作内容定制、内容植入等方式，实现业务拉新拉活，为用户增长、整体收益规模、整体ROI达标率负责

- 达人合作：
根据不同平台的内容特质，深入挖掘契合品牌调性的优质KOL达人和MCN机构资源，同时协同产品团队针对不同量级的达人搭建分级管理，完成达人筛选建联工作，推动优质达人的合作落地
1. 主导与top tier达人合作：成功合作多位YTB头部达人，月均合作花费8W+，累计拉新收益规模\$500W+，APP激活数20W+
2. 拓展合作人群：除合作传统女性向博主外，在增长瓶颈期通过探索与男性向、小众垂类、小语种博主的合作寻求新增长点，垂类涵盖汽车、钓鱼、玩具、乐器、户外等，垂类收益在美国YTB大盘占比从18%提升至53%，为全球可合作达人类型拓展思路
- 内容迭代：
针对不同渠道、不同调性达人配合产品测试不同活动玩法：0元购(买X免Y)、高价值单品秒杀等，适配不同人群输出针对性活动玩法，有效提升点击激活率并将单客激活成本降低150%，实现持续拉新目标
- 素材投放：
与广告投流团队协同配合，复用达人素材合作内容投放partnership ads (DG、BCA、Spark Ads)，将达人原生内容转化为可规模化流量，产出多条爆款素材，月投放花费\$10W+。同时对比自营矩阵号输出达人跑量素材特征（类目、拍摄形式等），进一步放大达人优势类目素材产能，将DG渠道达人花费占比从10%提升至30%左右，有效实现素材复用
- 团队管理：
从2024.11开始担任中台YTB渠道组长，对美国YTB大盘负责，期间美国YTB整体花费提升140%；730dgmv规模增长225%
1. 策略优化：协同数分团队定期复盘达人合作效果，不断优化合作选人标准、合作给价规则，规范出价CPM标准，提升达人合作效率和合作效果，保证渠道整体达标率的同时提高达人合作花费
2. 以美国中台为基准为全球市场输出达人合作SOP，为全球达人合作提供新思路和showcase，实现爆款复用，最终目标提升全球YTB整体规模

实习经历

| | | |
|-------|----------|-------------------|
| 莉莉丝游戏 | 海外本地化实习生 | 2021.12 - 2022.04 |
|-------|----------|-------------------|

- 本地化语言支持：为游戏产品出海发行提供语言支持，负责与大型供应商和外籍译者进行对接沟通，搭建多语种的译者库，通过统筹管理项目，推进供应商和译者顺利接入项目，以承接发行过程中各部门的语言需求。
- LQA：负责和研发侧进行对接，解决游戏内UI、文化适配等问题，跟进修复工作并输出本地化LQA标准化流程，以规避相关文化风险，确保游戏在目标市场的留存和口碑，对海外发行过程中的文化风险问题有高度敏感性。

小红书

电商运营实习生

2022.06 - 2022.08

- 内容运营：协助重点商家在小红书的内容种草和商品推广，对小红书渠道及流量机制有深入了解。负责修改撰写商品笔记内容包括图片、文案等，培养用户心智，提高点击量及流量转化，贡献类目增量，部分商家商笔转化率突破10%，月销售额破80万。
- 数据分析：负责对商品笔记发布后的店铺访客数、商品转化率等关键数据进行监测，并进行复盘总结，不断进行调整优化。