

陈樱雪

手机号码: 18569431739 | 邮箱: 1159956184@qq.com | 在线作品集: yingxue.online



教育背景

湖南大学 (985) | 播音与主持专业 | 本科

2017.9-2021.6

个人优势

- 世界500强背景, 具备内容营销、电商运营与 AI 应用复合经验, 能以英语为工作语言。
- AI应用: 持续实践 AI 在营销、内容、视觉、视频及网页场景中的应用, 具备从创意构思、内容生成到视觉呈现与工作流优化的综合应用能力。
- 敏捷抗压: 学习迁移能力强, 对新业务的适应周期短。面对任务能快速拆解、调动资源、拿到可量化结果。

工作经历

美的集团--整合营销

2023.9-2024.12

- 策划统筹: 主导全年关键营销节点(七夕、中秋、亚运等)直播内容矩阵, 成功孵化“解忧试洗铺”、“乌梅客栈”等创新直播IP。其中2个项目先后入选抖音行业峰会年度优质品牌案例, 验证了内容驱动增长的前瞻性。
- 资源整合: 作为跨部门核心枢纽, 协同平台、达人、供应链完成超30场中大型营销活动。在“抖音超品”项目中, 通过“内容化直播”创新, 推动支付GMV超7600万, 目标达成率121%; 站内总曝光超1.8亿, 单场直播曝光1800万+, 登顶行业榜单TOP1。
- 数据驱动: 基于用户画像与消费行为分析, 构建分层营销玩法, 优化广告投放。双11通过自然流与付费流协同, 推动整体进店人数增长30%, 品牌关键词搜索流量均环比提升超60%。
- 体系化建设: 首创产品卖点可视化标准, 制定标准化演示SOP, 推广至超100场直播, 推动用户停留时长提升40%, 转化率提升20%, 成为团队运营效率提升的核心杠杆。

美的集团--内容运营

2021.7-2023.8

- 矩阵运营: 带领5人团队全面负责美的系抖音全矩阵(粉丝125W+)的运营。从0搭建“直播间-短视频-投放”协同SOP及统一考核体系, 实现团队人效提升。任职期间, 主导账号粉丝量125W+, 视频平均播放量提升80%, 引流效率提升220%, 引流成交销售额从0提升至单条50w+, 互动率增长50%。
- 内容策划: 敏锐捕捉社会热点与品牌调性的结合点, 主导多项事件营销并打造#不临海也跨海、#小天鹅小乌梅等播放量过亿的超级话题。单条视频最高播放100W+, 引流2W+人次, 直接促成成交20W+。
- 整合营销: 高效协同市场部与平台方, 统筹项目执行。618期间主导与抖音平台合作超品日IP项目, 成功打造“61超可爱”营销事件; 主导与快手平台合作真新日IP项目, 结合亚运热点进行创新传播。
- IP孵化: 负责高价值IP账号(12W+粉丝)的全链路运营(内容、直播、商务), 通过系列策划精准涨粉2W+, 并建立10+稳定商业合作关系, 成功探索出佣金增长的变现路径。

美的集团--电商运营

2021.9-2024.12

- 店铺运营: 大促期间全面负责抖音官旗整体运营, 主导商品策略与视觉升级, 配合付费投流精准放量。618大促目标达成率110%, 销售额同比增长31%, 核心品曝光与转化率环比提升12%, 助力店铺稳居行业TOP1。
- 直播运营: 负责美的系洗衣机抖音/快手/天猫/京东矩阵直播运营, 涵盖直播间搭建、货盘管理及主播梯队建设, 推动直播业务稳定落地。

项目经历

职业进修与AI实践

2025.1-至今

- 技能升级: 考取BEC商务英语中级、小红书种草营销师初级、巨量千川营销师初级等证书, 持续提升技能认知。
- AIGC创作: 熟练操作多个主流AI平台, 围绕内容营销、视觉设计与网页方向持续完成自主项目, 将 AI 用于创意发散、素材生成、视频制作和效率提升, 并将部分成果沉淀至个人作品集。
- 项目实践: 主导烘焙研习社项目, 建联10+专业培训师、5+供应链工厂, 完成课程设计并整合招生材料。

美的集团--抖音超品营销项目“洗人的快乐, 是小乌梅给的”

2024.9-2024.11

项目背景: 围绕核心爆品的产品心智, 依托复古、穿越的喜剧形式, 配合达人、品专、快闪等多维资源引爆销售。

项目业绩: 超品期间支付GMV超7600万, 目标达成率121%, 核心爆品占比52%, 全网总曝光3.7亿, 站内总曝光超1.8亿, 单场直播曝光超1800万。剧情向内容直播被后续大促复用, 并精准验证25年抖音行业“内容化”直播趋势。超品项目助力双十一期间店铺总销售额超17900万+。

美的集团--抖音618超品“61超可爱”IP

2023.4-2023.6

项目背景: 小天鹅首次联合抖音超品IP打造618营销事件, 联动内容+货架, 实现品牌声量与生意增长的双重突破。

项目业绩: 活动期间全网曝光超1.5亿次, 累计GMV超4600万, 目标达成率超190%, 核心爆品销量占比达46%。同时本项目成为与抖音合作的“IP联动+资源整合+多端协同”营销模式的标杆案例, 促使该模式作为标准打法在后续大促中广泛复用与投入。