

王哲喻

15957113026 | Wzyfff1119@163.com



教育经历

新加坡国立大学（海外qs8）-Biomedical Informatics 硕士	2025.08 - 2026.08
华南农业大学（双一流）-动物药学 本科	2021.09 - 2025.06

工作经历

杭州鑫杰动物保健品有限公司-销售支持实习生 市场部	2023.12 - 2024.02
---------------------------	-------------------

- 客户维护**：持续稳定公司销售额并提高客户粘性，根据客户付款周期和配合度进行分层管理。在主管指导下，根据客户分层制定“A类优价促销+高频关注、B类定期沟通+需求对接、C类基础维护+利润控制”维护清单；节假日发送祝福短信并安排礼品寄送；每次推广会前逐一与重点客户进行问候。三个月内客户回访率提升至85%，A类客户复购率提高15%，3位B类客户升级至A类客户
- 活动支持**：提升客户对主推产品的认知与信任，定期协助学术访谈会、小型推广会等活动的前期筹备，负责场地确认、物料准备（PPT、易拉宝、宣传单）、签到安排；现场协助专家讲解环节并收集客户反馈；活动结束后整理反馈表与数据。协助完成3场推广会，参会客户满意度达90%，活动后两周内新增意向客户12家
- 销售支持**：跟随销售员拜访客户，及时更新客户档案和销售数据，辅助销售团队快速了解客户信息。建立客户数据表格，标注客户分层（A/B/C类），记录付款周期与合作情况；整合销售数据生成月报。完成30位核心客户的资料整理，数据准确率100%，为销售制定跟进计划提供依据
- 市场调研**：持续掌握同行价格、产品及促销策略，辅助制定差异化销售方案。在主管指导下，通过行业协会信息、客户拜访记录及中国畜牧农业官方网站，整理竞争产品的价格、规格及促销案例，并初步归纳如“蓝耳+口蹄疫双阴猪政策及相关产品趋势”的市场变化要点

SKECHERS CHINA LIMITED斯凯奇-fashion线小红书KOC实习生 Ecommerce Branding Experience	2025.04 - 2025.07
---	-------------------

- 达人筛选**：提高筛选达人的效率和质量，拆解近两年70+篇618攻略笔记内容及数据，调研20+目标产品爆文，制定“成本效能、内容规避、人群锚定（达人粉丝≥80%为18-35岁女性，覆盖学生党/工作通勤族/潮流女生）”等达人硬性准入标准，同步乙方落地“内容类型-达人要求-寄样要求”的分类执行规则；达人筛选效率提升50%，4天锁定25名达标达人并确认合作，同类型内容互动中位数比去年提高10%
- 流程搭建**：提高甲乙双方执行效率，选号阶段根据“达人历史穿搭风格+鞋款匹配度”提前规划“选款、穿搭、内容”3维度建议表格同步乙方和达人；建立寄样并联机制压缩3天等待期，达人确认鞋款同时触发次日达寄样；围绕“提报账号效率、选款确认、达人中途毁约、内容超期”从合作费用角度制定乙方督促追责体系；达人推广全流程周期提高时效43%，90%内容按时交付，样品退单率归零
- 数据分析**：复盘2024年618期间40+小红书达人笔记数据，发现明星同款CTR、CPUV双高，缺少优惠内容致转化差；省钱攻略拥有高进店UV，提炼“价格对比+爆款聚焦+傻瓜教学”爆文公式；穿搭内容CPM高；根据分析结果制定新的分阶段投放策略，前期主推低CPUV活动预热蓄水，中后期聚焦高转化省钱攻略，小预算分配低CPE穿搭公式。新策略攻略笔记CPE降低7%，明星同款绑定优惠GMV提升5%
- 品牌定位**：魔方冲锋衣需明确定位抢占“轻户外+潮流穿搭”人群心智。基于5+行业报告锁定“保暖差/颜值低/不耐洗”等核心痛点，阅读10+国标资质报告提取产品“摇粒绒克重高达300g”“防油污”“洗后透湿不降反增”等实力卖点，强化「舒适生活方式」核心价值。产品分层落地魔方2.0为“全面进阶的生活盾”，PRO为“性能天花板的冒险搭档”，推动天猫“魔方冲锋衣”搜索提升5%，奠定后续推广基础
- 品牌营销**：增加魔方冲锋衣二代新品曝光和天猫点击率策划详情页文案，基于明确的品牌定位，对标竞品伯希和3.0提炼“魔方2.0-高克重摇粒绒+防油污+洗后性能不降”“魔方pro极致保暖+尼龙耐磨+撞色高颜值”的差异化卖点；围绕不同消费人群制定“2.0覆盖更生活化的场景”“PRO主攻专业户外”不同的文案策略；魔方二代详情页上线15日内达天猫冲锋衣新品榜第2名，点击量6000+，GMV22,000+元

蔚来汽车(NIO)-用户运营实习生 User Relationships Department	2024.12 - 2025.02
---	-------------------

- 服务运营**：提升客户对NIO DAY十周年服务体验的满意度，通过线上线下收集150+客户在“牛屋吧台餐饮服务、Joy camp”的反馈情况围绕“提升触达用户频率”为核心对门店日常和活动的服务进行流程优化，通过“异地车主打卡礼+盲盒冰箱贴”等神秘礼物吸引车主到店，规划活动派发流程+异地备用方案确保活动顺利进行，最终用户满意度提高20%
- 渠道监控**：缩小用户期望体验与实际感知差距，定期收集NIO APP日常用户问卷反馈情况，确定用户在“接待响应时效与质量、儿童区卫生与管理、餐食出品稳定性”中存在与期待不符的反馈问题。通过“神秘访客、实时问卷、舆情监控、销售部门补充”的全渠道监控机制，3个月内输出12份监控报告，推动问题解决率92%；用户满意度差距缩小40%
- 用户调研**：提高牛屋活动参与率和用户粘性，通过收集“社群问卷、UGC活动关键词、活动现场反馈”线上下复合的调研方式，将用户分层为“亲子家庭、年轻车主、商务人士”等不同人群，提炼对牛屋活动不同的核心需求，确定牛屋日常活动的分类和占比。累计回收有效问卷105+份，抓取UGC关键词20+条，亲子类活动参与率提升65%；年轻车主打卡转化率82%；高频参与用户占比从18%升至35%
- 流程优化**：针对“用户投诉响应滞后、舆情风险”等问题，缩短投诉响应时效，日均收集20+线上舆情反馈，制定“普通投诉、公开差评、辱骂/肢体冲突”的三级风险预警体系，推行“3+1”时间响应原则。投诉响应时效缩短80%，高风险用户满意度增加至80%，补偿方案接受率95%；广州区域客诉下降30%
- 体验升级**：不断提高用户空间体验，基于云监控与实地调研，每周收集用户反馈的优秀服务案例，每月提取高频客诉场景，制定覆盖“Greeting/吧台餐饮/Joy Camp”三大日常场景的话术模板与执行规范。通过“神秘访客、角色扮演、案例复盘”定期对门店场景化服务进行培训和考核，规范一线执行。3个月内累计迭代服务标准10次，一线执行偏差率降低65%，通过神秘客暗访验证标准落地符合度达92%

项目经历

省级大学生创新创业项目-主持人	2023.06 - 2024.11
-----------------	-------------------

- 深度研究能力**：主导《白藜芦醇衍生物的设计合成及其抗氧化活性评价》课题并负责所有答辩工作，设计4种新型化合物合成路径并完成其合成实验，利用核磁共振结构确证后完成体外抗氧化实验(DPPH法/ABTS法)证明其抗氧化活性良好
- 成果产出**：以第二发明人获国家发明专利(CN202411601521.2),成果获省级优秀结题；撰写专利权利要求书、毕业论文及5+份研究报告

在校创业私域运营+自媒体经历-负责人	2024.08 - 2024.11
--------------------	-------------------

- 社群搭建**：独立完成社群运营SOP搭建,构建完备社群体系,能及时为客户答疑解惑,输出有效解决方案
- 用户运营**：与用户保持联系,维系社群活跃度,深度挖掘用户真实需求,有效提升客户粘性与转化率
- 活动策划**：独立定期完成拉新活动的组织策划,到线下主导后续执行落地,达成社群人数500+的目标,日交易额1000+并能持续拉新