

邮箱: 17730253158@163.com

电话: 17730253158

毕业年份: 2027

微信: LH17730253158

李辉



专业技能

- 数据分析: SQL、多表关联、窗口函数、Python/Pandas、Excel透视表、PowerBI、Tableau
- 综合能力: 英语四级、六级, 听说读写流利、Office、Xmind、Google协作表格、影刀RPA、Codex、Claude Code, Midjourney、Coze

实习经历

飞书深诺海外媒体投放与品牌优化2026/05 - 2026/08

【业务概览】服务出海消费品牌新品上市及整合营销项目, 参与 TikTok、Google、Meta、X 等Paid Media 的受众策略、投放执行、数据监控及优化。

项目一：传音TECNO 新品 POVA Curve 2 肯尼亚上市GTM Campaign

- 背景: 参与TECNO POVA Curve 2肯尼亚新品上市, 目标为拓展核心受众并提升品牌认知。
- 受众设计: 为拓展新品从“游戏性能”向“长续航、多场景使用”的产品心智, 基于游戏、通勤及移动办公场景拆解需求, 匹配大电池、高刷等卖点, 锁定核心重度用户并拓展新闻/投资/商务兴趣人群。
- 媒体策略: 根据 Awareness–Consideration 漏斗及平台角色制定 TikTok、X、Google/YouTube、Meta 跨媒体组合, TikTok承担规模触达与视频观看, X打造事件热点, 强化新品声量, YouTube完成认知教育与专业长测评, Google Search承接高意向需求与拦截竞品需求。
- 投放优化: 基于TikTok素材级 ER/CPE/VTR 表现建立淘汰与放量机制, 暂停高CPE低互动素材, 并将Unboxing等高效素材迁移至Video Views二次放量; 调整后短周期 ER由1.68%提升至2.00%, CPE下降9.5%, VTR维持约96.7%。
- 结果: Campaign累计实现 280M+ Impressions, CPM优化约 20%; Google BLS实现 Awareness Lift +15pp、Purchase Intent +10pp。

项目二：海尔家电世界杯整合营销 Campaign

- 背景: 海尔非世界杯官方赞助商, 面对竞品的赛事赞助优势, 借势世界杯热点争夺用户注意力, 提升品牌曝光与互动。
- 策略破局: 认识到白色家电缺乏“观赛瞬间”的关联性以及世界杯情绪性赛事的特点, 确定素材重点突出家电在家庭观赛期间的支持, 打造“体育IP+家庭生活场景”内容策略, 从“90分钟看球”延伸至“赛前聚会备料-赛中环境调控-赛后球衣清理”的全过程体验。
- 玩法升级: 基于世界杯热点周期短、品牌曝光同质化程度高的特点, 引入“赛事IP+互动激励”玩法, 通过抽奖、限定礼品方式增加用户参与率。

吉姆威电子商务TikTok电商增长（达人板块）2025/03 - 2025/08

- 【业务背景】负责TikTok达人运营, 覆盖达人获取筛选、合作推进、内容管理、数据分析与复盘及直播转化协同。
- 【达人分层】为提升寄样与合作资源使用效率, 将达人按照粉丝数, 视频质量与垂度, ROI等指标进行分层, 制定不同的合作机制与奖惩机制。
- 【市场洞察】根据调研: 马来汽车市场换车周期长、家庭文化明显、热带气候、公共交通覆盖有限、多文化融合等主要特点指导产品本地化推广。
- 【内容营销】拆解高GMV、ROI带货视频, 整理出“痛点展示-使用过程-前后对比-利益点-信任证明-CTA”的爆款结构, 持续优化卖点及转化链路。

项目一：马来西亚Ramadan（斋月）&Hari Raya Aidilfitri（开斋节）节点本地化定制营销

- 背景: 借势马来西亚 Ramadan & Hari Raya 消费节点, 结合返乡与家庭聚会场景, 提升汽车养护品类节日需求与转化。
- 达人策略: 专业达人做产品深度测评构建Trust, 汽车达人做产品使用效果对比, 家庭化场景KOC主打返乡前场景代入。
- 直播转化: Ramadan期间Iftar后用户晚间活跃, 将直播集中于19:00-21:00; 通过泡沫剂现场清洁、前后使用效果展示及FAQ答疑降低产品使用与效果疑虑, 搭配Raya-ready Car组合套装、限时优惠券承接达人视频种草流量, 月度直播GMV占总GMV 31%。
- 数据分析: 针对达人带货视频“高播放、低GMV”异常, 从达人流量匹配、产品卖点展示及CTA链路下钻定位问题, 优化达人/内容组合后, 单条视频GMV提升530%, ROI提升至2.5。

西门子能源订单与数据运营2025/12 - 2026/04

- 流程运营: 协助400条订单数据上线 MES, 交叉核验关键字段, 协同生产及 IT 排查异常, 实现产线上线0差错, 保障数据准确流转。
- 数据支持: 承担工程、质量等部门的数据请求, 取出所需数据, 常用连表查询, 窗口函数等, 并将SQL语句沉淀为可复用模版。
- 跨部门协作: 对接工程、质量、订单、生产及IT部门, 收集业务看板的核心指标需求, 消除卡点, 统一指标口径, 确保各部门的需求准确落地。

项目经历

个人网站2026/07 - 2026/08

<https://lihui-portfolio.pages.dev/>

- AI创意: 基于 Codex 与 Skill 搭建提示词工作流, 结合生图及视频生成工具, 完成超现实短片、人物记录与产品宣传片制作。
- 数据自动化: 搭建业务数据 ETL 自动化流程, 通过 Vibe Coding 开发轻量级数据处理工具, 实现清洗、整合与流程提效。
- 数据可视化: 基于 Agent 与 Skill 构建自动分析与可视化流程, 将业务数据转化为动态图表、分析看板及可视化内容。

暑期教育培训招生与转化主要负责人2024/07 - 2024/09

- 需求验证与获客: 通过本地教师及家长访谈验证暑期托管、学科辅导需求, 结合线下地推、转介绍及线上社交平台开展招生, 沉淀50名意向家长。
- 线索转化: 针对家长诉求、学生基础及价格敏感度开展一对一需求沟通, 匹配差异化学习方案, 并围绕师资、课后服务及免费学习资料等核心卖点推进成交; 最终转化20名学员, 实现营收约4万元, 客单价约2,000元, 意向客户转化率40%。
- 客户经营: 基于咨询反馈及成交情况持续优化价值表达和服务方案, 通过阶段反馈与课后服务提升家长满意度并推动转介绍, 次年续课率约50%。

教育经历

南京工业大学工商管理学·硕士2024/09 - 2027/07

湖北大学工程管理·学士2020/09 - 2024/07