

路阳光 Doris Lu

☎ (+86) 159-0055-7152 | ✉ doris8_26@163.com | 📅 1996.08.26

教育背景

上海外国语大学 朝鲜语专业	GPA 3.55/4.0	2014.09-2018.06
韩国诚信女子大学 海外交流项目	GPA 3.95/4.0	2016.07-2016.12

工作经历

Impact Hub Shanghai & R. I. S. E. 可持续时尚创新平台 Innovative Project Manager 下属: 4人 2022.09-2023.03

- 参与制定平台市场战略, 包括市场定位、竞争壁垒、业务方向等, 统筹市场活动节奏, 产出平台手册暨年度项目合作介绍
- 作为项目组负责人, 深入洞察可持续时尚行业趋势, 接触合作伙伴并挖掘可持续亮点与合作需求, 开展线上线下项目, 包括平台 IP 项目可持续生活季, 可持续时尚设计挑战赛, 品牌可持续整合营销项目等, 累计项目收入超 200 万。
 - ASH x Nespresso 可持续鞋履整合营销: 项目线上线下活动提案与 IMC 策略, 包括 Big idea、展览概念、互动机制、KOC 合作等, 带领团队进行项目执行与落地。达成可持续人群精准触达, 全网话题曝光 90W+, UGC 话题热度 2.7W+, 展览人流量 3000+
 - RISEUP 可持续生活季: 联合抖音、乐活 LOHAS、BFC、可持续品牌等不同业态资源, 通过市场活动推广可持续生活理念。包括可持续展览, 工作坊, 分享会, 全城咖啡自带杯推广 x 咖法, 骑行看秀 x RE 而意等。全网话题声量达 205 万
- 负责平台自有小程序 RERISE-国内首个可持续时尚消费决策引导平台, 包括小程序改版、产品战略、业务拓展等
- 针对可持续社群的市场空白, 发起可持续社群, 设计用户成长旅途, 策划一系列社群栏目与活动, 吸引约 200+ 可持续社群成员

SENREVE - 海外 DTC 奢侈品包袋品牌 China Digital Marketing Manager 2021.03-2022.07

- 负责品牌在国内的数字化市场推广工作, 管理预算千万级。结合品牌定位、常规营销节奏、时令热点等方面, 针对性地搭建年度营销日历, 规划主推产品、KOL 类型、传播角度、广告渠道, 使营销主题兼有前瞻性和灵活性, 保证执行有条不紊、有序推进。
- 设计品牌数字投放策略, 包括小红书、抖音、微信、微博、B 站、播客, 产出不限于卖点挖掘、创意策划、Brief 优化、供应商管理及复盘优化。CPE 稳定 < 10, 低于奢侈品行业均值 50%, 极大提升投放效率
- 成功推出 4 次品牌营销战役, 参与规划与落地, 完成代言人官宣、爆款孵化、新品发布等目标, 传达差异化的品牌形象。
 - 首位代言人 campaign, 参与制定全网宣发节奏与文案, 包含预热、官宣、后续种草; 负责内容种草与广告投放, 包括明星小红书、小红书与微信朋友圈广告投流、KOL 投放; 策划种草向或情感向 KOL 内容总计 50+, 阅读 (播放) 总量 763 万, 爆文率超过 30%
 - 产品 campaign, 通过产品 TVC、内容种草等将潜力单品打造成品牌爆款, 双 11 销量提升 69%; 筛选知名度、调性、历史合作效果兼备的 KOL 作为品牌好友进行 KV 拍摄, 设计话题互动机制激发 UGC, 小预算完成高质量素材与社媒传播, 话题页浏览量 61 万;
 - 参与品牌特别策划项目, 洞察小红书社区讨论度逐步提升的上海街拍趋势, 贡献项目创意及命名, 携手上海知名街拍摄影师, 快速将想法转化为可落地的执行方案, 是率先挖掘该方向创意的时尚品牌之一
 - 负责 38 上新 campaign 项目管理, 制定整合营销方案, 进行预算管理、人员分工与待办分配, 把控项目进度与交付质量; 38 新品 TVC 与女性消费者成功建立情感联结, 影片形成广泛传播, 互动量 10 万+

Blank ME - 国内新消费美妆品牌 小红书负责人 下属: 3人 2020.07-2021.03

- 从 0 到 1 搭建小红书运营体系, 负责从社区种草到站内外电商的全链路打通。配合品牌计划、生意目标、市场增长等需求, 进行新品散粉上新、双 11 等重点项目的规划, 制定平台目标、内容推广、官方账号、电商承接、直播、SEO/SEM 优化等详细方案。
- 对小红书数据深入挖掘分析, 感知消费风向, 辅助生意决策, 包括研发前期市场定位、用户需求洞察与价格决策等; 品牌小红书指数排名上升 100+ 名, 搜索热度提升 3 倍以上。

小红书 管培生 定岗活动运营 2018.07-2020.06

- 多部门轮岗深入了解社交电商业务模式, 精通小红书社区-商业化-电商链路, 沉淀小红书各部门人脉资源

电商部 - 整合营销组 - 活动运营 结合市场趋势、社区热点及用户洞察, 策划输出小红书电商全年营销活动方案, 包括活动心智、行业节奏、资源分配等, 覆盖双 11、618、双 12 等 S 级大促; 与用户运营、内容运营、行业线、产品、设计等跨部门执行大促, 达成目标销量。主导平台战略级项目, 从 0 到 1 建立小红书电商品牌营销矩阵, 整合社区、电商、品牌公私域资源, 落地项目方案。

品牌号 - 平台营销组 - 频道运营 针对商城品牌类频道的空白进行新频道规划, 有限时间内主导“精选品牌”频道上线, 成为商城产出 Top3 频道。负责平台 66、618 等 S 级大促主力促销玩法落地执行, 玩法累计带动大盘销售上涨 35%。

品牌号 - 大众美妆组 - 品类运营 负责美妆品类运营, 包括活动策划执行及国货美妆自营商品运营。

个人技能

- 英语 CET-6, 英语/韩语专业四级, 优秀的英语、韩语听说读写能力
- 熟练使用 PowerPoint、Excel、Axure 等办公软件, 良好的 PPT 设计能力及审美