



苏诗洋

手机: 13607336270 | 微信: Quellechance1 | 邮箱: 599988772@qq.com | QQ: 599988772

性别: 男 | 年龄: 25岁 | 居住地: 浙江 杭州 萧山区 | 民族: 汉 | 政治面貌: 共青团员 | 婚姻状况: 未婚 | 籍贯: 湖南 常德 | 身高: 182cm | 体重: 78kg

自我评价

自初三起接触新媒体运营，高二创办新媒体社团担任会长；加入过多个互联网产品校园组织担任管理职务，具备一定组织管理及社群运营能力。毕业后入职字节跳动担任巨量引擎旗下To B产品运营拉新，8个月带来新增用户131.5w，同比增长112%；后负责懂车帝二手车直播运营，从0-1孵化账号单日单账号线索均值141条，场观均值3.3w+，单场涨粉1300+，具备新媒体团队搭建及全媒体平台运营能力。

求职意向

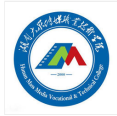
期望薪资: 18000-23000元/月 求职状态: 月内到岗 期望职位: 直播运营 / 产品运营 / 新媒体运营
期望地点: 杭州市

教育背景



湘潭大学 双一流
市场营销 | 本科

2023-09 至 2025-06



湖南大众传媒职业技术学院
新闻与传播学院 | 网络新闻与传播 | 专科

2018-09 至 2021-06

工作经历



兔斯夫智行（广州）科技有限公司
新媒体运营经理

广州
2023-09 至今

核心职责: 全国8家汽车租赁门店新媒体矩阵运营体系搭建与落地
统筹公司旗下8家城市门店新媒体矩阵（抖音/快手/视频号/B站等平台）运营，聚焦品牌曝光、线索转化与标准化管理，核心打造佛山门店标杆案例，推动全矩阵效能提升。

关键业绩:

1. 标杆门店数据突破（佛山店）

- 单店全平台矩阵账号粉丝6个月内从0突破3万，精准覆盖本地租赁网约出行人群，粉丝活跃度高于行业均值23%；
- 矩阵累计发布视频800+条，总播放量破2亿次，单条最高播放量1700万+（聚焦“车型测评”“租车避坑指南”“行业热门评述”等内容），带动品牌在佛山区域建立认知提高影响力；
- 搭建“内容引流-私信咨询-到店转化”链路，单月客户有效转化线索达310条，线索成本较传统买客代发渠道降低35%，门店租赁订单量同比增长60%。

2. 全矩阵标准化体系建设

- 内容生产端：制定《矩阵账号视频剪辑标准手册》（涵盖脚本结构、镜头语言、字幕配音、品牌露出规范），统一内容调性，提升生产效率30%；
- 运营机制端：建立“定时发布+错峰投放”机制（核心平台日更1-2条，黄金时段覆盖早中晚流量高峰），搭配DOU+精准投放模型（定向年龄、地域、兴趣标签），使单条视频平均播放量提升同级账号2倍左右；
- 团队管理：组建3人专职运营团队（文案/剪辑/投放运营），制定KPI考核体系（粉丝增长、播放量、线索量权重占比4:3:3），通过周度复盘会优化运营策略；

3. 跨部门协同与流程优化

。对接门店端搭建“线索跟进SOP”，定期输出《高转化内容标签分析报告》（如“车型价格对比”“24小时应急服务”等高频需求标签），反推内容优化方向，形成“内容-转化”闭环。

核心能力体现：

- 数据驱动运营：擅长通过巨量算数、新抖等工具分析用户画像与内容趋势，快速迭代选题（如捕捉“新能源汽车租赁”“行业市场观察”等蓝海需求，相关内容播放占比达60%）；
- 标准化复制能力：将佛山店成功经验提炼为《区域门店矩阵运营SOP手册》，已落地广州、嘉兴等5个城市，平均缩短新账号冷启动周期至2个月；
- 团队赋能意识：设计“新媒体运营培训课程”（涵盖账号起号、爆款逻辑、用户运营），累计培训门店兼职运营人员15+人，提升全国矩阵内容一致性。



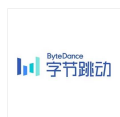
浙江宝利德股份有限公司

比心二手车 | 新媒体运营主管 | 下属人数9人

杭州

2022-11 至 2023-08

比心二手车 MCN 直播团队自2022年12月由本人正式组建并启动运营，至今共孵化完整直播短视频抖音账号四个，共计收获粉丝4.3万，通过直播与短视频渠道运营，共计获得客户意向线索6000+条。团队包含4位主播，1位直播运营，1位直播助理，2位线索运营，1位短视频运营人员组成，团队具备品牌直播全场景赋能与短视频全媒体包装获客基本能力。本人主要负责二手车直播获客团队业务运营管理。



字节跳动

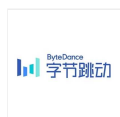
直播运营

重庆

2022-04 至 2022-11

直播运营：1、单日单账号线索均值141条，场观均值3.3w+，单场涨粉1300+，短视频线索月均388条。2、完成二手车新媒体内容优化分析&内容规划，对内容现状进行数据归因，针对不同账号合理提出6点优化建议，优化后提升账号整体留资率39%>78%；3、完成懂懂二手车全媒体矩阵建设调研，为直播业务长期发展规划多渠道打法铺路策略提供重要思路参考。

视频处理：1、完成5个账号365个短视频的处理与发布任务，6-8月带来线索463条，环比上涨23.47%，重庆本地线索215条，环比上涨25.73%，总播放310.74万次，单视频VV线索转化率提高至0.015%，环比上涨17.83%，总涨粉7.31万；2、建设优质预热视频分镜拆解分析表，拆分优质视频模型结构并进行切片分析，提高短视频平均引流UV30+>110+；



字节跳动

用户产品运营

上海

2021-07 至 2022-03

重点工作：负责巨量引擎商业化-原生及创意产品【巨量创意】产品运营（拉新指标O），负责产品官抖的运营更新（KR1），社群运营（KR2）与应用商店ASO综合评分运营（KR3）以提升产品拉新数据。

【总拉新】2021.7.12-2022.3.2带来新增用户131.5w，对比2021.3.2-7.11（自产品有数据起计算）带来新增用户62.04w，增长112%。

【官抖】由接手前23w（2021年8月8日）~99.3w粉丝（截至2022年3月3日），策划执行一场星图互动话题活动带来1w新增用户转化，1575w次播放；运营期间制作发布36条视频，共收获播放量1045.9w，点赞12.6w。

【社群】由原有的245个社群提升至323个，群成员新增7553人，活跃社群数由10个提升至123个。

【应用商店】应用商店综合平均评分由3.3提升至3.9，总评价数由435新增至859。

项目经历

腾讯微视校园渠道

2019-03 至 2020-06

2019年3月，由本人牵头与官方对接，成立腾讯短视频平台微视产品旗下官方校园品牌“微视校园”项目。于同年七月，在腾讯北京分公司实习担任渠道运营及用户运营工作。实习期间，共培养微视端内认证校园达人1034名，运营端内微视官方账号累计收获粉丝5.2万，共原创剪辑创作作品25条，收获点赞21.3万次。同时，品牌官方微博“腾讯微视校园”账号收获粉丝21.5万，策划活动三大话题共计3206万次阅读，还与华谊兄弟电影世界、腾讯游戏、微博校园等知名领域账号，中国传媒大学、厦门大学、上海交通大学等百余所知名高校建立官方校企合作，推动项目曝光。在完成微视校园品牌运营工作的同时，参

与策划“中国城市品牌计划”“城市运营团队体系搭建”两个项目。从2019年3月至今，项目已累计拥有区域账号1万+，日活账号占区域内容大盘60%以上，本人在项目中负责区域PGC及PUGC账号梳理拉新及UGC账号领域划分等工作。

获奖经历

湖南省优秀毕业生

2021-06

2021年6月获得湖南省教育厅颁发的省级优秀毕业生证书。

职业技能

直播运营	精通	产品运营	精通
新媒体运营	精通	视频剪辑	熟练

兴趣爱好

新媒体运营 / 视频制作 / 架子鼓 / 吉他 / 乒乓球 / 篮球