



黄俊豪

☎电话: 15067988453

✉邮箱: 545912523@qq.com

♂性别: 男

👤年龄: 30

🏠户籍: 浙江

🎓最高学历: 本科

🗣 自我评价

职业背景: 10 年广告商业化和电商行业经验, 历经广告投放→行业运营→产品运营岗位角色, 主导参与多段商业化体系从 0 到 1 搭建再到规模化全链路。

行业认知: 历经直播、货架、即时零售三大电商形态, 理解不同形态的广告逻辑差异; 服务过众多 500 强快消品牌, 也曾助力中小客户从 0 成长至日耗 10W+, 熟悉不同行业客户投放逻辑、痛点及预算规律。

专业能力: 精通巨量千川、磁力金牛、京准通等渠道广告投放及人群资产运营, 操盘预算过亿, 输出行业白皮书 100+, 能够运营 AI 搭建工作流程和一定 Vibe coding 能力。

综合素养: 善于跨团队协同推动目标达成, 能够制定业务增长策略、主导产品 GTM 全流程落地, 有团队管理经验。

🏢 工作经历

2025.02-2026.03

熊猫外卖

广告运营负责人

- **收入增长:** 负责海外多国广告商业化变现, 对广告营收与利润指标整体负责, 2025 全年营收同比增长 76%。
- **策略制定:** 搭建品牌广告签约-履约-交付全流程 SOP, 优化客户服务, 客户续约率提升 50%; 通过新签激励、充值返货等策略, 驱动客户增长与 ARPU 提升。
- **产品运营:** 基于商家投放痛点, 推动效果广告 (RTB) 投放流程简化和 Nobid 功能迭代, 日均消耗提升 60%。
- **营销创新:** 协同市场、商务、采购等多部门, 策划落地「年度账单」、「美食地图」等场景化营销 IP, 开拓广告增量收入, 单季 IP 项目最高增收达 30 万英镑。

2024.01-2025.02

上海奥维思市场营销服务有限公司

项目运营经理

- **团队搭建:** 从 0 到 1 组建广告投放团队, 按品类拆分业务线并培养多名品类 Owner, 团队人效提升 30%。
- **客户服务与拓展:** 负责百事可乐、蒙牛、金佰利等 KA 品牌的店铺运营和广告投放, 客户续约率保持 100%, 通过提案竞标、投放赛马等方式, 半年内拓展 5 家一线品牌新客户, 业务收入提升 20 倍。
- **渠道对接:** 对接京东、美团、抖音、饿了么等渠道获得代理认证, 并成为平台推荐代理商。

2021.07-2023.11

京东

广告产品运营

- **产品基建与迭代:** 主导参与「京东到家」业务广告商业化体系从 0 到 1 搭建, 推动产研完成广告资源对 O2O 店铺的投放适配; 针对 O2O 店铺海量门店和 SKU 痛点, 迭代基于 UPC 条码投放能力, 商家投放选品效率提升 2 倍。
- **策略创新:** 推出联合投放模式, 采用品牌、门店、平台三方预算分账逻辑提升广告投放效率, ROI 提升 $\approx$ 10 倍, 广告营收从 50 万+/月突破至 900 万+/月。
- **投放赋能:** 提炼广告卖点及产品功能用法, 输出《O2O 投放白皮书》、《产品操作手册》等材料对销售、广告主、代理商进行培训和产品布达, 提升投放效果和产品使用率。
- **商家运营与拓展:** 对宝洁、玛氏、蒙牛等 KA 品牌进行专项服务, 参与投前规划、投中诊断、投后复盘打造品类标杆,

协助商务团队拜访客户，累计新引入品牌商户 60+。		
2019.03-2021.05	字节跳动	行业运营
• 行业策略与增长：负责抖音商务服务行业（线索类）客户运营，基于行业趋势、商家分层及客户需求挖掘增长机会，累计赋能商家 1000+，制定规模化、可复制的行业增长方法论。 • 客户运营与拓展：负责头部客户 1V1 提升对接，围绕巨量投放、短视频素材、直播运营及货品策略进行诊断与优化，推动 SGS、贸泽电子等客户实现日消耗 0-10 万+增长，协同销售团队开展财、税、法企业产业带挖掘专项。 • 异常排查：运用 debug 工具排查广告召回、竞价、流控、频控等环节，解决账户掉量、异常爆量等问题；并深度运营推广搜索广告、Nobid、商品托管、潜力计划等投放产品，使行业消耗提升 50%。 • 方法沉淀与赋能：围绕行业特性，沉淀视频爆款公式、直播选品/组品、线索直播等方法论，通过行业沙龙、培训会等形式对商家和代理商进行培训赋能，实现商家生意与平台收入双增长。 • 个人成绩：开展个人经验分享，助力大区获评季度最佳大区，个人获得公司「百位英雄」和年度「王者荣耀」荣誉。		

2017.03-2018.11	上海迈勒士文化传播有限公司	项目经理
负责项目管理、策略协调与客户关系维护，参与上海久事美术馆、伟星房产智慧社区、卡西欧×奥黛丽赫本展等项目，项目创意获的 Top Digital 创新奖。同步维系百度、巨量引擎、广点通、KOL 等媒体合作关系。		

2016.04-2017.01	百度	SEM 优化师
校招入职，实习期参与「百度糯米」业务电销拓展，签约 12 家本地门店并获「最佳新人」。转正后负责中小广告客户运营，通过关键词竞价、创意优化、数据复盘等方式优化广告效果并推动预算续费与提升。		

 项目经历

2025.03-2026.03	熊猫外卖“新生季”营销变现	项目负责人
项目背景 公司市场部历年在海外各大高校开学季进行校园地推拉新，需投入大量人力、物力开展摆摊、宣传品派发等活动。结合校园迎新场景，牵头进行商业模式创新，在传统拉新物料中植入广告开展招商变现。		
项目方案 • 推出「美食地图」手册商业化产品，面向平台入驻餐饮商户开放手册广告坑位，通过优先展示权益向商户收取坑位费，打通拉新场景的变现链路。 • 建立跨部门全流程协作机制，明确招商策划、物料选品、集中采购、地推派发、效果数据反馈各环节的对接标准与责任边界，同步搭建日常管理看板，保障各节点按计划推进。 • 调研英、美、法、澳等 6 个核心运营国的广告投放、校园宣传相关合规政策，结合不同地区监管要求及本地团队诉求，针对性调整招商规则与权益内容，规避合规风险。		
项目成果 成功将拉新支出项目转型为招商盈利项目，单地区最高实现创收 30 万英镑（约 280 万人民币）。并沉淀校园场景招商的标准化流程与合规手册，复用至全球所有国家地区。		

2024.02-2025.02	高洁丝渠道增长	项目负责人
项目背景 品牌内部投放团队对新渠道不了解，广告自投效果差，对生意增量不明显，迫切需要 ROI 及生意规模双提升。		
项目方案		

- 对品牌人群资产及货盘进行分析，建立差异化人货场匹配矩阵，爆款“海岛棉”覆盖 O 类及 A1-A3 浅层人群，新品“万有引力”聚焦 A5 核心人群进行加码，并针对卫生间日夜用差异进行人货+场景匹配提升转化率。
- 初期通过出价、时段、人群、客单区间等维度进行多组 A/B test，找到最佳效果计划，并持续挖掘人群扩量。

项目成果

美团渠道销量提升至品类第 2 名，人群资产提升 1 倍，ROI 提升 3 倍，投放规模从日均 1 万+提升至 10 万+，成为平台标杆案例。

2022.11-2023.06「京东秒送」广告投放模式创新项目负责人

项目背景

O2O 业态下品牌商投放存在被其他品牌分流、投放效率低下的痛点，同时品牌与零售商的竞价内卷问题进一步抬升了整体投放成本，也制约了平台广告收入增长。

项目方案

- 通过洞察投放核心矛盾，对齐品牌、零售商、平台多方利益诉求，设计「品牌+商家+平台」三方联投模式，并建立三方广告费分摊机制。
- 通过用户消费行为分析，挖掘关联购买品类关系，推动零售商完成重点 SKU 的库存与供给优化。
- 引入代理商统筹管理品牌预算在不同零售商的投放，集合 3 家头部零售商和 10+高关联购买品牌开展试点，基于试点正反馈数据，推动全品类覆盖。

项目成果

投放效率大幅提升，对比品牌独立投放 ROI 提升 10 倍，平台广告收入实现跨越式增长，品牌商月度竞价广告投入从 50 万提升至 900 万+。

2022.11-2023.01「场景营销创新项目负责人

项目背景

品牌增长进入存量博弈状态，避免 O2O 与 B2C 业态在同场域内内卷，需破局实现品牌真增长。

项目方案

- 对京东场域内 O2O 与 B2C 消费用户对比分析，发现在消费场所、购物时间、商品规格等方面均存在差异，联合「玛氏」制定针对 O2O 高意向人群得“下午茶时光”、“周末宅家”两大营销场景方案。
- 基于京准通的 LBS 投放能力进行人群圈选，分别匹配不同子品类商品（后期联动跨品类品牌），定向写字楼和小区两大区域人群，并设置无 LBS 对照人群测试，验证有效。

项目成果

活动投放较常规获得用户拉新 2 倍提升，并建立 AOI 场景人群标签实现商圈场景营销。

 教育经历

2020.03-2022.07东华大学计算机科学与技术 | 本科

2013.09-2016.06湖南大众传媒职业技术学院软件技术 | 大专