梁婷艳



185 6594 9831 | 945776701@qq.com | Base 深圳/广州

求职意向： AI 运营增长 | 用户增长 | 流量运营 | 产品运营

个人 IP： 视频号 10 万+ 粉丝

作品集： https://portfolio.aigro.cn | http://aigro.cn

核心优势

- **行业积淀与核心战绩：13** 年互联网运营（京东/货拉拉/丰巢/鲁班到家），深耕用户增长、平台商业化、广告投放、产品运营与渠道合作，多次完成 **0–1** 冷启动与数千万业绩项目。核心战绩：腾讯云 **GMV 1000 万→8000 万**；京东裂变拉新 **4000 万**（占团队 **40%**）；货拉拉补贴降本 **64%**；丰巢 **0→8000** 万 **GTV**
- **AI 运营：** 1 年 AI 工具与 AIGC 在运营场景的落地实践，**AI 客服转化+25%**，**AI 投流 ROI 1.8→2.6**

工作技能

AI 技能： 大模型应用 · Agent 工作流 · RAG 知识库 · AI 视频创作 · Prompt · Skill · AIGC · GEO · Codex

运营技能： 用户增长 · 私域裂变 · 渠道投放 · 平台运营 · AI 运营 · 团队管理

工作经历

OPC（一人公司）· AI 运营增长与自媒体实践 | 2026.01 — 至今

- **AI 内容生产链路：** 搭建 **AI 短视频内容生产全**链路（大模型选题 → **Prompt** 批量生成脚本 → **AI 配音与素材匹配** → 批量剪辑 → 多平台分发），沉淀「选题 → 脚本 → **AI 自动剪辑** → 分发」标准化 **SOP**，实现内容稳定批量产出，日产短视频 5 条
- **AI 知识体系与站点落地：** 独立完成「**AI 运营量变学院」站**点从 **Vibe Coding**、技术选型、内容架构到上线迭代的全流程，沉淀 **AI 运营增长知识体系**并持续迭代，**内容 300+ 条**
- **AI Skill** 与 **Agent** 工作流：面向内容生产、用户运营、数据分析三类高频运营场景，完成 **AI Skill** 设计与 **Agent** 工作流搭建，将 **13** 年运营方法论沉淀为可复用的 **AI 能力模块，沉淀 Skill 20+ 个**
- **RAG 知识库：** 搭建 **AI 运营增长知识库**，完成知识体系设计与内容结构化，为 **Agent** 场景提供统一知识底座，收录文档 300 篇；搭建算命知识库，输出六爻起卦、旺运日历、房屋八宅风水布局工具；通过持续补充与优化知识库内容，人工核验的输出准确率从 **10%提升至 85%（提升 8.5 倍）**
- **GEO 内容优化：** 瞄准 **AI 搜索这一新增流量**入口，建立 **GEO** 优化体系（问题诊断 → 内容框架搭建 → 内容输出 → 上线 → 效果分析 → 迭代优化）

鲁班到家 | 家庭事业部运营负责人 2025.02 — 2025.12 汇报对象 副总裁

- **团队搭建与业绩：**针对履约交付差及竞对人才溢出，进行业务迁移（深圳 → 重庆），**0–1** 构建直营城市获客及交付链路。主导业务经营与战略落地，统筹全域渠道投放、平台运营、团队搭建及 B 端业务联动，依托 **AI 经营研判构建直营**城市获客 → 交付能力提升闭环，带 **15** 人团队完成 **3200 万**年度业绩
- **经营分析：**制定部门业务目标，搭建 **AI 自动化经营看板**，监控目标达成与经营数据情况，利用 **AI 测算渠道投产**，优化渠道投流费用分配及运营策略，数据问题分析，输出运营优化策略，推动落地
- **渠道规划：**针对站内订单零散、质量差导致交付差、线上获客渠道薄弱的问题，重新规划全域获客渠道（美团 / 抖音 / 京东 / 天猫 / 高德 / 百度），梳理渠道运营策略、费用规划与获客成本，搭建本地生活渠道与直营城市矩阵店铺，美团 1 个月内单日订单突破 **1000 单**；抖音联合直播服务商开展爆品直播合作，配合短视频内容运营高效获客，搭建 **AI 客资转化系统**，通过 **AI 做客户意向分级**，客资成本仅 **5 元**
- **直营交付破局：**针对履约交付差导致渠道 **ROI** 低的问题，聚焦直营城市联动交付专项提升，打通多平台获客 → API 对接 → **AI 智能客服提效** → 订单 **AI 智能录入** → 定向交付闭环，落地多品牌矩阵精细化打法，推动 **10 城**直营订单全国占比 **30%→50%**，渠道 **ROI 1.8→2.6**
- **完单提效：**针对完单率低、履约链路不畅，优化货品运营策略及产品运营策略，落地 **AI 风控防飞单机制**，搭建客资系统与代客下单系统，基于 **AI 用户标签**对高意向访客精准电销，完单率 **12%→22%**，电销转化率 **35%**
- **B 转 C：**针对 B 端业务稳健且消费者体量大，但无法沉淀导致流量浪费问题，主导跨部门协同实现 B 转 C 业务闭环，稳定为 C 端带来 **30 万 UV** / 日
- **客资商业化：**针对客资完结率低，客资浪费问题，构建 **AI 废弃客资潜力评估** + 精细化售卖体系，客资成交率 **5%→20%**，收入提升 **7.5 倍**
- **产研事故止损：**针对平台 B/C 产品分离导致流量下滑 **30%**，完结率下滑 **60%**，应用市场投流数据回传失效、数据看板失效等重大产研事故，采用 **AI 漏斗诊断全链路排**查下单漏斗数据、产品功能、师傅与用户体验流程及竞对流量策略，联动产研优化 **AI 智能推单策略解决**师傅订单展示异常，补齐产品推单功能缺失，优化数据回传问题，主导梳理家服数据体系搭建及推动上线，推动漏斗转化数据恢复
- **竞对防守：**针对竞对上线 **100** + 小程序拦截微信流量，借助 **AI 竞品流量监测**，推进 6 个马甲包小程序上线防守

丰巢 | 到家业务用户运营负责人 2022.06 — 2024.03 汇报对象 到家业务负责人/副总裁

- **0–1 冷启动：**公司上市需第二增长曲线、柜端流量未被商业化验证，**0–1** 孵化到家增值业务并对 **GTV** 负责；搭建 **10 人**跨职能团队，制定 **OKR** 与绩效考核，设计冷启动→公域获客→私域沉淀→社交裂变→复购转化全链路增长模型，验证柜端流量商业化可行性，完成 **0→50** 万用户、**8000 万**年 **GTV**

- **站内冷启动：**站内通过用户打标及分层精细化运营，优化触达策略，**A/B Test** 迭代投放素材，转化率+**8pp**，策划小程序社区拼团/邀新领券/抽奖等社交裂变玩法，裂变倍数 **3 倍**+，完成小程序下单链路优化及套餐、加购系统能力规划并推动上线
- **全域站外获客：**针对站内转化低且逐月下降、缺少站外获客渠道问题，规划全渠道获客策略；站外布局美团/抖音/京东/天猫矩阵店铺，联动平台侧资源策划节日营销活动拉动订单爆发，重点参与制定美团抖音获客策略，美团开通全国 **150+**城市店铺，联动官方打造清洗季活动，美团 1 个月内日均突破 **5000 单**；抖音对接直播服务商开展直播带货，拓展直播达人分销合作模式，成功打造 **3 款**直播爆品
- **私域运营体系：**针对公域获客成本高、流量无沉淀无复购问题，打通柜端 + 公域引流链路，线上线下社区活动批量沉淀种子用户，搭建用户标签体系，基于价值分层采用社群 / 朋友圈 / 1v1 多触点运营，设计拼团 / 邀请有礼 / 任务激励裂变机制，1 年沉淀 **50 万**私域用户，**AI 外呼转化 +18%**、电销复购 **33%**，私域成为稳定复购收入来源
- **B 端合作拓展：**落地 **10+** 头部企业合作，操盘招行 **200 万**、中海 **150 万** 项目；联动顺丰小哥线下推广分销、拓展社区团长与物业社区拼团活动，上线柜机贴身广告提升品牌曝光与订单转化

货拉拉 | 资深运营经理 2021.08 — 2022.06 汇报对象 运营专家

- **司机运营体系：**业务成熟期外部获客成本高，司机补贴粗放浪费，目标降本增效、优化补贴 **ROI**。从 **0–1** 搭建标准化全生命周期体系（招募→成长→活跃→成熟→衰退→休眠→流失），引入 **RFM** 模型精准筛选并定向补贴高价值/高潜力/高活跃司机，体系化策略迭代与精细化管控，边际运营成本–**39%**，整体补贴成本–**64%**
- **用户增收：**二三线城市存量增长瓶颈、额外 **ROI** 为负，目标扭亏为盈、提升付费收入。通过数据驱动拆解问题、挖掘场景增量，优化用户分层与补贴策略及策划任务机制活动，额外 **ROI –1.47→1.58**，季度城市赛道第一；独立策划全新付费增长模式——下单链路券包产品并推动上线，付费收入+**2.63 倍**；每周完成城市问题诊断、每日复盘目标达成与补贴进度，实时调控运营策略

京东 | 用户运营 2018.03 — 2021.01 汇报对象 运营总监

- **社交裂变拉新：2018** 年社交裂变爆发期、下沉市场增量大但获客成本高，作为裂变核心成员主导低成本拉新；主导社交玩法运营及频道运营，历经玩法期→频道期→游戏期沉淀社交裂变方法论，策划多元化裂变玩法助力商家低成本获客与首购转化，单粉 **0.5 元**、**UV** 成本 0.1–**1 元**（市场 **2 元**+），裂变 2–**50 倍**；累计服务 **2 万**+商家，达成 **4000 万**用户增量，个人贡献占团队 **40%**
- **社交玩法商业化：**为了验证社交玩法业务商业化价值，1、完成社交玩法市场分析与玩法策划，联动类目商家招募试点，数据驱动持续迭代，沉淀拼团/砍价/集卡/抽奖等核心价值玩法 **10** 个；2、针对爆款玩法策划频道栏目，**618** 期间联动 **1 万**商户参与百万砍价活动。

- **平台赋能：**针对新商家冷启动难、老商家增长见顶问题，建立标准化爆品孵化体系、拉升订单规模。1、核心操盘京东 **1 元**补贴标杆项目，整合平台补贴+商家货品+社交玩法多维资源，沉淀标准化孵化体系，全年为 **3000** 位商家孵化 **5000** 个爆品，其中 **1000** 个单品销量破万单，快速拉升商家店铺体量与平台订单规模；2、数据驱动频道流量漏斗与爆品分析，重构 **1 元**补贴频道与砍价频道页面并 **A/B Test** 验证，设计退出挽留弹窗降低用户流失
- **品牌全案营销：**头部品牌需大促期冲流量峰值、投流成本高转化差，希望获得平台社交玩法赋能，突破大促冲销量与粉丝增长目标。1、核心承接品牌大促全案营销，为耐克、OPPO、TCL、周大福等定制专属组合玩法与传播策略，冲刺大促流量与销量峰值，助力品牌增粉 **100 万**+，稳居平台类目销量 TOP3，品牌满意度 **98%**，沉淀 **50+**头部品牌整合营销落地经验

gogal ｜ 直播电商创业·运营经理 2016.11 — 2018.02

- **运营体系搭建：**直播电商创业项目（天使轮→A 轮），**0–1** 搭建用户运营体系，结合节假日与热点事件策划运营活动，设计社交裂变机制驱动增长，沉淀 **50 万**用户、**2000** 家商家/达人入驻，用户裂变 **7 倍**

腾讯云 ｜ 流量运营 2015.02 — 2016.06

- **广告投放增长：**云服务市场早期、官网获客成本高且渠道分散，主导官网广告投放与渠道优化（Google/百度/腾讯/**360** 等），基于 DMP 用户画像精准投放，独立策划大型活动全网推广，获客成本–**30%**，用户 **20 万**→**120 万**，**GMV 1000 万**→**8000 万**，外部广告 **ROI 266%**、渠道月收入占比提升 **5PP**（同比 +**150%**）

德赛西威 ｜ 产品运营 2012.02 — 2015.02

- **App 推广：**车载 App 从 0 冷启动，负责策划与运营，整合线上线下渠道推动产品在各大应用商店落地，产品成为畅销品并获最佳创意项目奖，获年度优秀员工

学历 / 证书

桂林电子科技大学 ｜ 数学与应用数学（本科）2008.9 — 2012.6 ｜ **PMP 项目管理证书** ｜ 丰巢年度优秀项目奖

职业规划

以 **13** 年全域运营为底座、**AI 技术为杠杆**，聚焦 AI+电商增长场景，向 **AI 智能化增长运营专**家发展