

王宏宇

女 24岁 大专 工作2年 离职,正在找工作



☎ 13291805110

✉ DaKin970617@163.com

🎭 K-Chaplin

优势亮点

资深策划运营专家,在文旅景区、新消费及快消品等多业态领域拥有丰富的全案策划与落地经验。擅长在复杂商业场景中快速洞察核心逻辑,并围绕品牌定位与业务目标,独立完成从市场策略、创意提案到资源整合、成本管控及现场落地的完整闭环。在项目0-1孵化与体系搭建方面有深入实践,曾主导景区自播团队从零组建、深度参与新消费项目前期策划,并具备主导大型全国性项目(超145个点位)全案策划与督导的操盘能力。核心优势在于强大的资源整合与多线协同能力,能高效联动内外部团队及合作方,通过数据驱动的精细化运营与迭代,持续推动用户参与、品牌曝光及销售转化等核心指标增长(如实现活动客单价提升120%,季度获客成本低于行业基准20%)。

核心能力:多业态全案策划 | 资源整合与大型项目操盘 | 跨部门协同与培训 | 项目从0-1孵化与破局 | 数据化运营与成本管控

教育经历

安庆职业技术学院

2021/09-2024/07

大专 / 计算机网络技术

工作经历

呼和浩特市安升供应链管理有限公司

2025/07-2026/01

活动策划执行

项目一：全国多点位品牌联合推广项目

- 情境：为提升品牌市场占有率，需针对全国合作商设计并落地一套标准化、可复制的市场活动方案。
- 任务：独立负责该项目从0到1的全案策划与执行，需覆盖全国145个点位，并确保各点位活动质量与品牌调性统一。
- 行动：
 - 主导完成核心活动创意与标准化流程方案撰写，并针对不同合作商需求进行定制化调整。
 - 建立“总部-督导-合作商”三级管理机制，通过系统培训与标准化操作手册，确保执行团队精准落地。
 - 全程跟踪各点位物料筹备、现场执行与突发状况处理，担任关键问题决策人。
- 结果：项目成功在全国145个点位高效落地，后期客户维护满意度达95%，形成了可复制的全国性活动执行范式。

项目二：“共享鲜奶站”品牌年轻化营销事件

- 情境：为助力品牌实现年轻化转型，需策划能破圈传播、直接拉动销售的线下营销活动。
- 任务：策划并执行一场沉浸式线下快闪活动，核心目标是提升销售转化并收集高质量潜在客户信息。
- 行动：
 - 提出“当楼下有个共享鲜奶站”核心创意，设计沉浸式打卡场景与互动机制，将品牌体验转化为社交货币。
 - 整合内外部资源，协同市场部制定整合传播策略，并严格控制活动预算与物料成本。
- 结果：活动期间实现客单价提升120%，并成功为合作商收集超3000条高质量潜在客户信息，远超预期目标。

项目三：活动运营体系化建设与优化

- 情境：公司活动频次高，需建立标准化流程与复盘机制，以持续提升活动ROI并控制获客成本。
- 任务：搭建活动全周期管理体系，涵盖前期策划、执行督导、后期复盘与数据化迭代。
- 行动：
 - 建立活动后数据复盘模型，常态化追踪参与度、转化率及成本效益等关键指标。
 - 基于数据洞察，持续优化供应商结构、物料成本和执行流程，并向决策层提报策略优化方案。
- 结果：通过数据驱动迭代，使季度平均获客成本较行业基准降低20%，显著提升了整体活动投资回报率。

宁波浙东大竹海景区开发有限公司

2024/03-2025/07

活动策划执行管理

宁波

项目一：浙东大竹海景区开发有限公司（项目策划运营）

- 研学活动体系搭建：针对景区客群单一问题，主导设计并落地“自然教育+非遗竹文化体验”研学产

品线，完成从课程策划、师资对接、安全预案到宣传推广的全流程管理；累计接待研学团队超3000人次，带动景区非门票收入提升80%。

- 主题营销活动策划：为提升节假日客流，策划“竹海星空露营季”、“草地音乐节”、“成人礼”、“毕业季”、“挖笋记”等专题性主题活动，整合线上线下渠道进行预热推广（短视频预热+KOL打卡+平台补贴），活动期间客流同比增长90%。

- 直播与达人合作：引入属地旅游达人及垂直领域KOL，共同策划“竹林笋季探秘”直播活动，设计福利机制促进票务转化；直播时段票务销售环比提升200%。

项目二：宁波盛溪旅游开发有限公司（新媒体运营管理）

- 年度整合营销策划：针对漂流项目同质化竞争，主导制定“极致清凉体验”品牌传播策略，通过抖音/小红书内容矩阵、OTA平台套餐联动、线下快闪打卡等多渠道触达目标客群；推动季度销售额达成目标的120%，新媒体渠道贡献客流占比提升至35%。

- 直播体系从0到1建设：为解决过度依赖第三方直播问题，主导组建内部直播团队，完成主播选拔、话术培训、流程标准化及数据复盘体系搭建；自有直播间开播首月即实现场均观看量破万，半月度直播销售额稳定在10万元以上。

- 票务系统优化与培训：针对票务核销效率低问题，推动系统接口优化与流程简化，并对一线员工进行标准化培训；将平均核销时间从3分钟缩短至1分钟，客户排队投诉率下降60%。

项目三：宁波岚隐云端文化传媒有限公司（咖啡露营地0-1孵化）

- 新项目前期策划与定位：参与面向年轻客群的咖啡露营地市场调研与概念设计，提出“城市微度假+文化轻社交”核心定位，协助完成项目可行性分析及初期投资测算。

- 视觉内容体系打造：协同团队主导首批宣传素材创意制作，包括场景视频脚本撰写、创意构思、拍摄协调与后期跟进并高效产出优质内容，上线后咨询量单周增加200+。

- 首秀活动统筹执行：负责首次团体接待活动全流程落地，涵盖流程设计、供应商管理、现场动线与应急预案；活动实现零客诉，客户满意度达98%，并获得后续复购意向。

同建大城首府

2019/04-2019/07

置业顾问

- 1.主要负责：在自己所负责的管辖之内开发潜在客户，客户的意向跟踪，与客户的具体项目信息沟通
- 2.有效传达开发商优惠政策，促进客户成交
- 3.承担销售指标，积极促成项目成交，助力完成公司及区域目标

项目经历

岚隐云端露营咖啡厅

2024/11-2025/01

活动策划运营管理

项目描述

1. 主导项目市场调研与商业定位，分析目标客群需求，制定差异化经营策略，完成从选址评估、场景设计到品牌调性确立的全链条规划，确保项目体现“自然体验+精品咖啡+农文体验”核心理念。
2. 协调空间设计团队打造沉浸式露营场景，联合咖啡师研发特调饮品菜单，并对接供应链建立稳定食材采购渠道，推动概念方案转化为实体业态。
3. 参与品牌视觉体系开发，包括LOGO、主视觉海报及社交媒体传播素材设计，策划拍摄系列场景化宣传视频，通过小红书、抖音等平台进行前期内容传播。
4. 建立标准化服务流程，策划主题活动日历，验证商业模型可行性。

项目职责

主导整场活动的创意策划及流程执行管理

项目业绩

1. 策划拍摄的宣传视频日均播放量达5k+，通过内容平台在开业前积累一批精准粉丝。
2. 成功落地“星空露营夜”“非遗竹编”“国庆龙虾音乐节”等特色活动，单场参与人数达100人，带动非周末时段客流提升30%。
3. 相关活动推文平均阅读量达到门店账号粉丝量的120%。

哈勃校园（大学创业项目）

2022/09-2022/12

运营总监

项目描述

负责平台整体运营策略制定与日常管理，确保系统稳定运行；严格把控合作餐饮商户品质，维护客户资源与体验策划并执行线下推广活动，精准定位目标用户群体，持续优化平台服务体系；项目收益：创造4万余元营收

项目业绩

- 1、项目收益：创造4万余元营收；
- 2、我的贡献：平台运营/项目宣传项目/行动策划/项目经营管理；
- 3、我的收获：清楚了解一个项目从敲定到策划在到实际运营的走向，也清楚网络餐饮平台在局域性质下的运营方式和非适用条件

语言能力

普通话