

杜依瑶 产品营销 / 品牌营销

快消 × 消费电子 × 教育科技｜新品上市·产品营销 · 品牌策略 ｜北京

13488732428 ｜ duyiyao0101@163.com ｜ 本科

兼具甲乙方背景，覆盖消费品牌、消费电子与教育科技；具备产品营销、新品上市传播与品牌0–1建设经验，主导亿级传播项目。

核心优势

- **产品营销与价值表达：**具备用户洞察、卖点提炼、产品命名与上市传播经验，负责荣耀手机官网整套产品表达
- **品牌建设：**梳理品牌认知与核心主张，参与品牌0–1搭建，承担品牌全年营销与阶段传播规划，产品策略及品牌体系规划
- **整合传播：**主导米咖及OATLY艺术展策略创意，协调内外部资源，推动线上线下传播落地。
- **内容策略与增长：**从0开始孵化海内外账号，负责内容规划、运营与复盘，推动品牌自然流曝光半年增长约20倍。

核心营销能力

01 用户洞察	02 产品价值	03 新品上市	04 品牌建设	05 整合传播

工作经历

美术宝科技｜新品品牌主管 2024.10—2025.10

- **玩具新品营销：**独立负责玩具线市场端营销，结合用户与竞品分析提炼卖点，完成营销包装、宣传物料及上市传播准备；成功推出《冰雪奇缘》《星际宝贝》《疯狂动物城》产品礼盒及礼袋。
- **品牌内容规划：**负责美术宝内地、香港及海外品牌内容，梳理目标家长、核心卖点与沟通方向，规划小红书、抖音、视频号内容及传播节奏。
- **内容增长与复盘：**从0孵化3个账号，多个万粉千粉账号，通过选题测试、内容调整及数据复盘，推动品牌自然流曝光**半年增长约20倍，累计接近1000万**。

库迪咖啡｜市场部创意主管 2023.03—2024.03

- **年度与阶段营销：**围绕年度产品规划及新品节奏制定阶段创意策略，负责选品和新品上市营销，独立撰写品牌与项目方案。
- **S+级“米咖来了”：**担任策略创意主负责人，从三十余款候选产品中筛出差异化产品，提出策略概念“中国人的拿铁”、创意概念“米咖来了”，主导命名、核心卖点与上市传播。**项目整体阅读量超4亿、互动超198万**。
- **OATLY联名艺术展：**担任策略创意负责人，围绕798艺术区展览策划线上线下传播，协调联名品牌、代理商与内部团队，推进创意、物料及渠道交付。
- **茶猫品牌搭建：**参与品牌从0到1的搭建，梳理品牌调性、产品策略与菜单体系。

Leo Burnett李奥贝纳广告｜创意部资深文案 2021.04—2023.03

- **荣耀80产品表达：**自主筛选原始技术资料中的核心卖点、梳理表达优先级，转化为消费者利益，完成官网整套文案。
- **优酸乳全年营销：**依据目标人群安排青年节、品牌周年及中高考前后重点活动，承担传播主题、创意与方案提案。
- **重点品牌项目：**《乳汽时代》项目单视频播放超3000万、首发当天销量达100万罐；24周年项目《青春的酸也很甜》单视频播放超1000万。

DENTSU电通安吉斯广告｜创意部文案 2019.08—2021.04

- **本田全年营销：**参与本田中国全年营销创意与方案提案，完成品牌文案及传播物料。
- **新品及车展传播：**参与本田H–BEV概念车及全国车展传播，承担项目创意、文案与内容执行。
- **奥迪二手车：**参与奥迪二手车全年营销，承担项目创意及提案，将业务信息转化为消费者表达。

教育背景与专业能力

北京城市学院｜广告设计专业｜本科｜2015 – 2019

用户与竞品分析｜产品价值提炼｜新品上市传播｜品牌策略｜整合营销｜品牌长文案｜内容增长与复盘｜跨团队协作