



Curriculum Vitae

CONTENT



PART - A

关于我



PART - B

工作经历



PART - C

项目展示



PART - D

其他

ABOUT ME

您好、我是王群龙

Ø 8年social Campaign、Digital、PR投放项目执行管理经验，多品牌社会化整合营销推广经验，丰富的线上线下执行经验。

Ø 先后任职上海本土广告公司SAE、AM、媒介等职位，服务电商、快消、母婴、电竞，互联网、服饰等行业一线品牌，熟悉社会化媒体平台属性及传播方式，有广泛的媒介资源和灵活的项目管理能力。

**注：本材料为部分作品示例。*

· AGE: 1994.01.16 -摩羯座

· TEL: 155 5687 8008

· E-Mail: 798518436@qq.com

PROFESSIONAL SKILLS

Marketing creativity ☆☆☆☆

Marketing Plan ☆☆☆☆

Content MKT ☆☆☆

Team Manage ☆☆☆☆

HOBBIES



BRANDS SERVED

先后服务于电商、互联网、美妆、母婴、文旅、快消、服饰等行业品牌。



Work Experience

五段经历/几页作品构成今天的我

2017.09-2020.05
上海麦火文化有限公司
工作岗位：媒介/SAE

工作内容：

- 负责公司线上下赛事活动方案的策划与落地执行，协调公司内外部资源执行与维护原有广告业务
 - 维护及拓展及供应商管理，相关媒体活动策划及执行，媒体合作洽谈。
- 合作品牌
- 城市天梯电子竞技大赛、天猫国际、极光TV等

2021.08-2022.09
上海宝漫文化科技有限公司
工作岗位：AM

工作内容：

- 内外部资源协调，辅助Lead完成项目执行与完成
- 维护和整合开发媒体资源，完善媒体资料数据库，根据传播事件与不同属性媒体开展内容合作。

合作品牌

- 网易、金山词霸、方太、ZARA等

2020.08-2021.07
上海霸辅文化科技有限公司
工作岗位：PR/AM

工作内容：

- 准确把握客户需求，为品牌客户定制整合营销传播方案，流程lead。
- 带领团队协调内外部资源，确保客户项目的推进和执行，把控项目执行效果，提高客户满意度，维护客情挖掘新业务。

合作品牌

- Soul (app)、家化 (佰草集)、迪士尼商店、丰添、alobaby等

Work Experience

五段经历/几页作品构成今天的我

2022.10-2024.05
freelance
工作岗位：AM

工作内容：

- 准确把握客户需求，把控项目执行效果，提高客户满意度，主导负责完成线下Campaign、明星Seeding、PR投放类项目。

合作品牌

- 巴菲特汽车、好天好饮、奢啡、悠哈、

2024.5-至今
上海观繆文化
工作岗位：SAM

工作内容：

- 负责服饰类品牌小红书/抖音年度投放全案对接，涵盖策略制定、达人执行落地、投流优化，项目复盘优化等。

合作品牌

- TeenieWeenieKids, MLBkids、地素、哈森、Ubras

CASE SHOW 项目展示

01

品牌投放类
BRAND PLACEMENT

02

整合营销类
INTEGRATED MARKETING

03

热点营销类
HOT POINT MARKETING



01

品 牌 投 放 类

BRAND PLACEMENT



品 牌 投 放 类

CASE SHOW 服饰

TeenieWeenie Kids-秋冬季学院风

ROI: 7
童装赛道: Top5



通过优化各量级KPO矩阵, 多种内容形式
丰富产品曝光维度, 强化品牌核心印象,
提升品牌品类在消费者中的排名, 扩大销
售机会。

本轮共投放22位达人, 爆文率55%

曝光400w+

CTR/CPC: 优于行业50%

CPE:9.2

CPUV:7

承担角色

媒介资源整合

项目把控

达人投放&投流

品 牌 投 放 类

CASE SHOW 服饰

TeenieWeenie Kids秋冬季-轻羽绒

ROI: 10
天猫童装D11
成交总榜: Top6



新品上线，生活感穿搭露出+创新内容素材
双管齐下打造轻羽系明星单品投放&投流动
作前置，优先考虑天猫外溢转化，最终完成
低成本高曝光转化。
本轮共投放90位达人，爆文率34%
总曝光：1500w+
总互动：11w+

承担角色

媒介资源整合

项目把控

达人投放&投流

品 牌 投 放 类

CASE SHOW 服饰

Ubras

小红书赛道：TOP2



对平台品类趋势以及人群的洞察找到产品最适合在小红书传播的内容形式及卖点策略，并通过达人优选找到最契合的达人进行精准的内容创作，并进行流量整合使内容价值最大化
本轮共投放100+位达人，爆文率40%

承担角色

媒介资源整合

项目把控

达人投放&投流

品 牌 投 放 类 CASE SHOW^{美妆}

丰添



头部大V+CPM&CPC广告，配合核心视觉效果打造现象级刷屏
4~6月共发布KOL&KOC笔记29篇，总计互动97,464，整体CPE 6.06；
过千互动爆文产出17篇，其中产出过3k互动4篇、过5k互动6篇过万互动3篇，爆文率70%。
品类关键词拦截，SEM&Feeds投流点击率优于大盘，将cpc、cpe水平控制在KOL自然流量分发水平以下，

承担角色

媒介资源整合

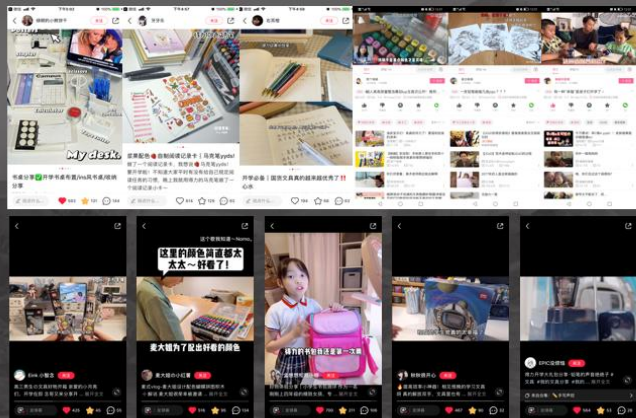
媒介策略输出

投流优化

品牌投放类 CASE SHOW

得力开学季

曝光100w+



● 小红书+B站、社区沉淀、精准触达、
8~10月共发布:70篇 爆文:34篇 爆文率:48.5%
总互动:71268 CPE:2.4元 曝光量: 160w+

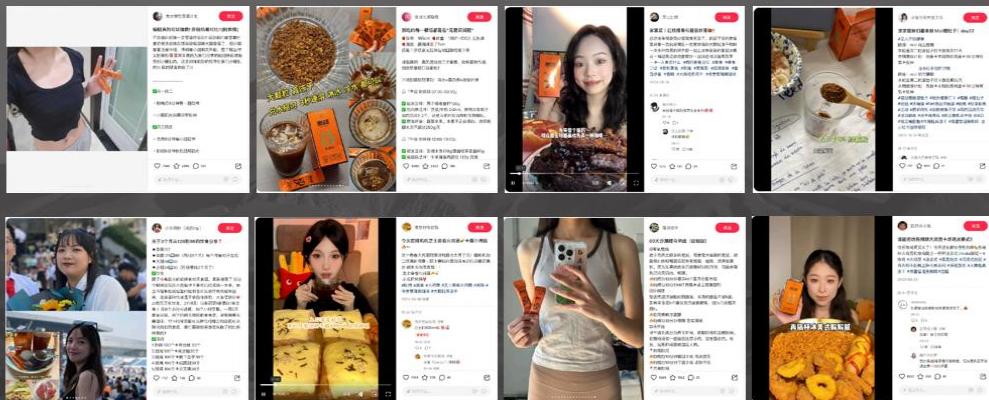
承担角色

媒介资源整合

创意输出

品牌投放类 CASE SHOW

奢啡



● 8~10月共发布:70篇 爆文:34篇 爆文率:48.5%
总互动:71268 CPE:2.4元 曝光量: 160w+

承担角色

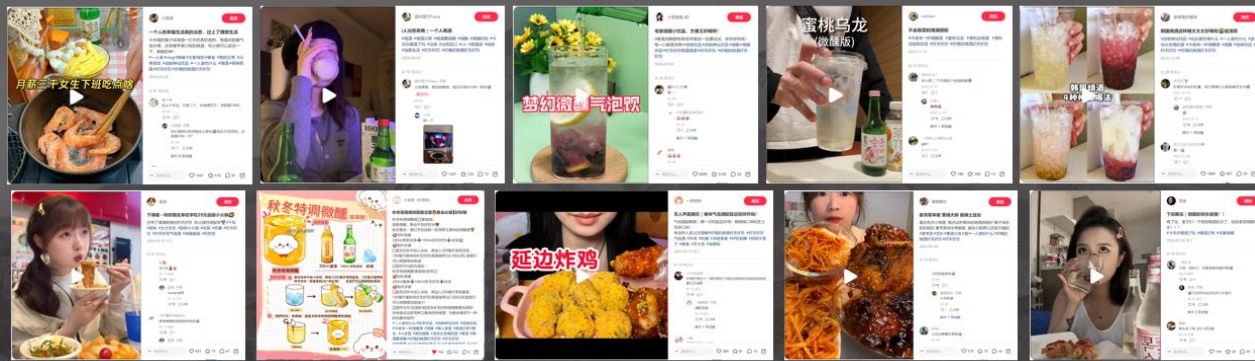
媒介资源整合

媒介策略输出

达人投放

品牌投放类 CASE SHOW

好天好饮



● 共发布KOL&KOC笔记34篇, 总计互动27,464, 整体CPE 3.06; 过千互动爆文产出16篇, 爆文率47%。

承担角色

媒介资源整合

媒介策略输出

品牌投放类 CASE SHOW

ALO BABY



● 4~7月共投放达人73位, 总计139,687互动, CPE4.0产出33篇互动超1000+的爆文, 其中7篇互动超2000+的爆文, 6篇互动超3000+的爆文, 过万互动3篇, 爆文率43%。
● 关键词SEO优化、长期霸榜top12

承担角色

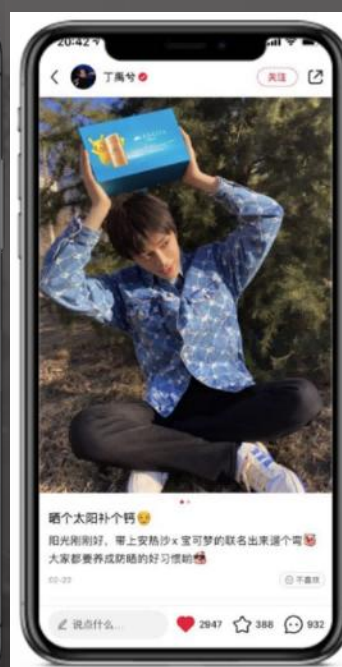
媒介资源整合

媒介策略输出

投流优化

0 3 品 牌 投 放 类 CASE SHOW

明星Seeding



承担角色

媒介资源整合

明星合作投放



02

整 合 营 销 类

INTEGRATED MARKETING



家化（佰草集）体育明星代言

借助女篮姐妹良好的形象以及体育明星背景加持，提升品牌认知与粉丝喜爱度

全网曝光1亿+



视频地址: <http://t.cn/A6xxZKSf>

● 借助代言视频与明星及粉丝建立关联度

多轮粉丝活动增加大家对佰草集的好感度

● 官号强关联，延续代言热度

持续不断的活动产出，官号与代言人强互动，强关联吸引粉丝打卡

承担角色 TVC拍摄 媒介资源整合 创意输出

悠哈

以不同契约主题塑造不同酷lulu（悠哈IP），打造属于悠哈的甜蜜潮流风尚

全网曝光9kw+



● 甜蜜契约：跨次元合作，以悠哈二次元IP形象打动年轻用户

与虚拟偶像·菠萝&萝卜、快看漫画等20款APP合作，以及酷lulu IP绘画征集活动，开启全新二次元通道，提升用户对酷露露产品的好感度。小红书0元试吃和KOL投放强势种草。

● 夏之契约（新品上市）：悠哈X食货星球

与食货星球强力合作，与众多品牌玩在一起，强化酷露露“甜酷+高颜值”的用户心智

承担角色 营销策划制定 媒介资源整合 创意输出 活动执行统筹

#城市天梯#江西赛

通过庞大的电竞爱好者网络，单点爆破年轻人群

参赛队伍400支
全网曝光2亿+



● 线上、线下组合拳，为热爱而战

通过在区域城市网吧、高校海报、展架、社群等持续宣传，引导目标人传播赛事，激发参赛兴趣。

● IP全平台打造，与选手及粉丝建立关联度

病毒势传播增加大家对江西的好感度

● PR强营销，保持赛事热度

玩加电竞、兔玩电竞、大电竞、电玩巴士、游民星空、腾讯电竞等媒体全程报道，赛事热度空前

承担角色 营销策划制定 媒介资源整合 创意输出 活动执行统筹

悠哈

以不同契约主题塑造不同酷lulu（悠哈IP），打造属于悠哈的甜蜜潮流风尚

全网曝光9kw+



视频链接: <http://t.cn/A6So66y0>

● 水之契约：悠哈x10国际潜水俱乐部

与高端运动潜水进行深度合作，扩列年轻高端人群受众。定制冷饮、糖果试吃潜水拍照，以美食与运动的双重体验让新粉丝在玩乐中感受悠哈酷露露带给年轻人的快乐与甜蜜。



● 冰之契约，UHA悠哈×酷矿手作霜淇淋

限定冷饮+魔都地标再造魔都网红冷饮标签，小红书、抖音、微博等多平台达人探店打卡，全网总曝光数：1293.96万+

承担角色 营销策划制定 媒介资源整合 创意输出 活动执行统筹



03

热 点 营 销 类

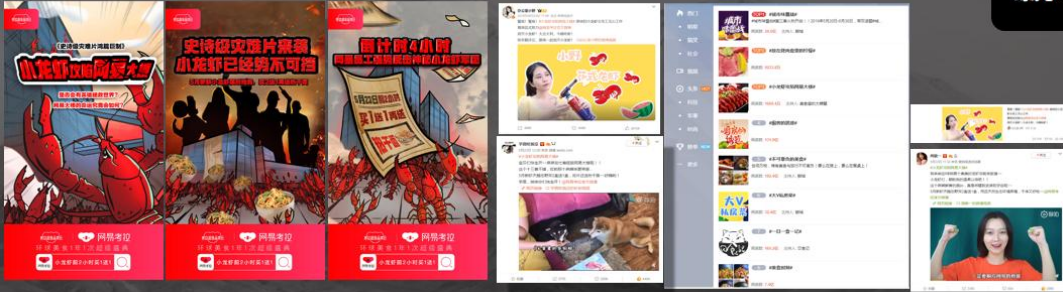
HOT POINT MARKETING



热点营销类 CASE SHOW互联网

网易

曝光3000w+



流量破圈、精准触达

总曝光近三千万，获得全网大量互动产生UV超出预估2倍

承担角色 媒介资源整合 创意输出 活动执行

热点营销类 CASE SHOW电竞

BUFF电竞赞助“fjust”战队

建立电竞粉丝群体，对赛事IP形成荣誉感

曝光10w+



赞助民间战队

深耕地下赛事，发掘种子战队，bbs、校园多渠道推广，同时打通顶级俱乐部测试输送渠道，打造民间战队的电竞梦

BUFF主推赛事“城市天梯”IP化

与“fjust”战队建立IP捆绑，强化IP民间DNA，提升电竞群体的圈层关照，线下seeding联动，制造校园、网吧等小圈层热点，引爆IP传播，影响力最大化

承担角色 媒介资源整合 创意输出

热点营销类 CASE SHOW互联网

SOUL

曝光500w+



河南博物院首次跨界

以传统文化为锚点，提升媒体对Soul兴趣社交的感知，近百媒体争相报道国风元素激发用户创作热情

沉浸式的社交体验打造多元的社交元宇宙

线下星光演奏会，同步Soul平台内上线3D脸基尼、BGM手写卡、主题日、群聊派对等创意玩法，抓住Z世代年轻人喜好和兴趣点，传递Soul助力国潮风尚，提升品牌形象与口碑。

承担角色 媒介资源整合 创意输出 公关媒体邀约

热点营销类 CASE SHOW汽车

巴菲特&毕加索联名营销

与目标客户建立喜好连接点，提升与竞品的价值区别

销售提升7%
曝光800w+



汲取毕加索的艺术特性，构建价值共同体

以现代化的方式演绎IP，制造话题打造线下营销事件，激发目标客户参与

以网红打卡+限量发售+强关注打造饥饿营销，促进销品合一

以强吸睛的新媒体传播事件+病毒式KOS炒作，实现产品与内容一体化，让艺术上升产品价值

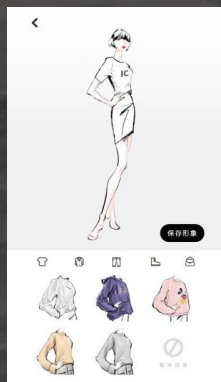
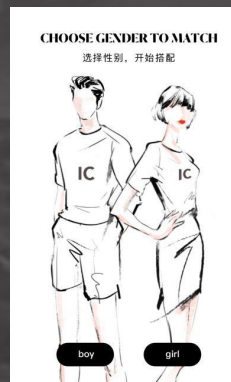
一次欧洲研学，引发圈层关注

从签约到受邀研学，打造产品价值的营销闭环与竞品拉开差距，每一位高净值人士都在探究艺术。

承担角色 媒介资源整合 创意输出 活动执行统筹

Social Retainer

账户运营类



OTHER MATTERS

IP资源（部分）



&休闲娱乐
梵高再现光影展



&文化
敦煌艺术馆



&文化
徐州博物馆



&文化
杭州博物馆



&动漫
画江湖不良人



&休闲娱乐
北京动物园



&文化
颐和园



&电竞
TE潮电子竞技俱乐部



&休闲娱乐
国家植物园



&游戏
和平精英



THANK YOU

感谢您在百忙中浏览我的简历&作品集