

# 葛杨

35 岁，男，本科 11 年工作经验 北京/杭州/其他区域

TEL: 18611794777 (微信同号) E-mail: geyang0421@163.com

意向职位: 市场营销、品牌营销、AI+营销、营销产品商业化、其他;

意向行业: 人工智能、高新科技、企业服务、产业互联网、消费互联网、其他;



## 个人简介

- ✓ **经验自述:** 拥有 11 年+市场营销、品牌管理经验, 兼具 7 年甲方与 4 年乙方视角, 覆盖 toB 与 toC 双领域, 8 年以上团队管理经验, 对高新科技、产业互联网、人工智能等行业有深刻洞察。个人强调“品牌营销一体化, 服务商业价值第一位”理念, 注重“营销无定法, 测试找方法, 匹配是正法”的品销合一理念; 现阶段关注 AI+营销的有效价值落地与方法提纯。
- ✓ **营销管理:** ToB 甲方营销管理经验为主, 具备科技企业 MTL、LTC 营销体系从 0-1、1-N 的建设和运营经验, 对应团队 0-1 建设和管理经验, 具备 GTM 落地能力, 熟悉线上、线下推广打法, 熟悉线索全生命周期管理及底层数据流转逻辑。曾主导推动市场部向业务增长/商机型市场部的升级, 推动 0-1 营销赋能渠道商体系及 0-1 市场生态体系建设。
- ✓ **品牌管理:** 具备 ToB、ToC 品牌管理经验, 拥有从 0-1 品牌定位、基建、传播、运营经验及团队建设管理经验, 包括不限于自媒体建设、IP 领导人塑造、内容营销、媒体公关传播、声誉管理等, 熟悉媒体选题逻辑多次落地选题合作报道, 曾主导 ToB 甲方企业 IPO 阶段品牌从 0-1 建设, 提出 ToB 企业品牌建设“海神三叉戟”理论及实施落地;
- ✓ **能力认可:** 受邀担任虎嗅奖、金梧奖等多项营销奖项评委、多个 AI+营销论坛出品人、活动演讲嘉宾、企业内训讲师 (详见附件), 百望任职期间主导的 MTL+LTC 数字营销体系建设项目获评“金匠奖·年度数字化增长银奖”, 个人荣获“金势奖·年度市场总监金奖”; 百望期间获评“2020 年度最具成长力员工”, 连续 5 年年度绩效 3.75;

## 工作经历

2019.10 - 2026.02 (6 年 4 个月) 百望股份有限公司 市场推广总监/高级市场专家 (P8)

【公司简介】数据智能上市企业 (股票代码 06657.HK), 国家税务总局、国家数据局、国家信息中心等 汇报 市场总经理  
主要服务商之一, 企业票财税数智化、数据智能服务赛道 TOP 企业, 人员规模 800+;

【历任职位】单产品时期加入公司, 经历多元化产品、多赛道发展、IPO、上市及数据智能转型多个时期, 历任高级市场经理 (P6) → 市场专家 (P7) → 高级市场专家/市场推广总监 (P8), 从负责单一取线索 → 从 0-1 搭建 MTL+LTC 体系, 管理运营 400、官网、SEO、SEM、GEO、活动营销、内容营销等多个流量入口, 疏通线索全生命周期流转及 toCRM 打通, 搭建数字营销团队 → 到 1-10 迭代、运营 MTL+LTC 各节点质量, 提升转化率, 对齐业务指标, 完善营销协同 → 到构建市场生态, 增加 AI+能力等多个递进目标任务;

【指标变化】leads 线索数量 → 商机转化及商机金额 → 投入签约转化比 ROI → 数智能力、AI+能力、市场生态建设成果;

【工作成果】

### 1、战略执行、策略制定、团队管理

- **市场及业务增长策略制定:** 承接公司战略、业务指标, 从品牌、增长、产品等多维度进行市场洞察与分析, 结合产业政策、技术趋势、竞品动态等信息, 制定整合营销策略并拆解为可落地的年度规划, 并建立绩效体系, 动态监控执行, 实现目标达成;
- **市场部发展战略规划:** 立足公司发展阶段、中长期战略节奏, 对标外部市场数智化趋势, 明确市场部能力迭代方向: 逐渐从被动向转动, 线索向商机再向业务看齐的进化路径, 规划数字化 0-1、1-N 的建设节奏, 实现了组织能力与战略落地的同频进化;
- **团队管理与成长培养:** 聚焦人效, 通过对齐目标、绩效牵引、健康度关注打造高效能团队, 以“培训+非正式沟通”双轮驱动, 随市场部进化路径提升成员能力与凝聚力, 塑造“结果导向、创新协作”的团队文化, 实现了个体与组织持续成长;

## 2、百望 MTL+LTC 营销体系建设运营

- **MTL+LTC 0-1 体系建设：**核心在于搭建数字化底座与归集全渠道入口，确立标准化流转闭环。基于 SCRM 与 CRM 系统，结合业务实际定义从 Leads→MQL→SQL→客户→商机→签约 的全链路流转逻辑，明确各节点责任人职责与验收标准，配置系统权限与架构。向前归集 400 热线、官网、SEM、活动、自媒体、内容营销及数据库营销等流量入口，构建用户旅程标签体系、线索打分机制、动态分组体系等；向后对齐数据规范，完成与 toCRM 的系统打通及数据双向流转标准，输出公司级纲领文件《百望线索流转及管理准则》及《百望数字营销体系使用手册》，通过多频培训多点协同，实现了“会用、能用”。
- **MTL+LTC 1-10 精细运营：**核心在于通过精细化运营提升各节点转化率，确保体系“用出效果”。围绕关键节点持续迭代：校准 SDR 话术提升转 A 率，设置流转自动化释放人员精力以提升交付线索质量，明确 MQL 至 SQL 的接收标准以加强跟进管理。针对 Inbound 线索成立“400/官网快速反应小组”，缩短触客时长；针对存量冷线索，通过高频次深度内容实施向 Inbound 热转移（线索培育/私域运营）。制度层面，协同 HRBP 与销管 BP 将转化率指标纳入绩效考核与 Review 机制，采取“样板间策略”优先协同商机匮乏团队或新销售，以点带面提升全员使用积极性，实现了“想用、好用”。
- **MTL+LTC 10-N AI+升级：**核心在于引入 AI 能力做减法，聚焦高价值关键点运营。实施分层分类分时的关键点运营策略，增设多维 AI 自动化流以提升线索交付质量。同步构建“AI+官网→AI+企微→AI+SDR→AI+线索培育→AI 人机协同”的提效路径，利用拟人化 AI 顾问和流程、数据流的打通，配合自动打分、动态分组等，将线索响应速度和转化质量进一步提升。同时释放的人力通过 AI 进行数据分析、SDR 电话录音分析等，更多聚焦优化策略形成市场、用户和产品洞察的有效反馈闭环，反向推动产品迭代、客户服务和 GTM 策略的高效推进。
- **数据表现与认可：**促进公众号累计增粉 2.5W+，线索累计增量 4.5W+，绑定注册 2.5W+，流转提效至少 200%，商机转化提效至少 150%。该项目“百望数字营销体系建设与运营”凭借卓越成效，荣获“金匠奖·年度数字化增长银奖”，作为项目负责人多次受邀进行案例分享；

## 3、市场推广与增长体系

- **线上推广：**不断优化 SEO、官网、400、自媒体、ASO 等 Inbound 线索入口，管理百度品牌专区、SEM 投放策略制定+执行+数据监测；其中，官网+400 年均获取线索 3000+，商机转化率≥70%；投流投产比 6-10%，线索成本低于行业平均值；
- **线下推广：**累计主办/合办/协办/赞助活动 390 场+，累计获取线索 3 万+、新增商机 2 亿+、促成签约 1 亿+；期间，23 年执行活动 100 场+，转化商机 1.1 亿+、促成签约 4300 万+；24 年执行活动 50+场，转化商机 0.6 亿+、促成签约 2100 万+；
- **内容营销：**基于百望数字营销体系及自媒体平台，构建了“短信/EDM 营销/数据库营销+线上直播+私域运营+白皮书”的内容营销体系，有效激活静默线索，累计加速转化线索 5000+，加速商机转化 300+，配合营销协同贡献商机百万级；
- **渠道代理赋能：**从 0-1 搭建渠道赋能体系，覆盖品牌及建设、内容营销、活动推广、系统使用，帮助渠道提升了获客和转化；
- **市场生态建设：**以“分层经营”为核心，拉通上下游、集成商（如拜特/汇联易/华为等），CPA/CMA 等代理机构、院校组织等资源，以联合打单（返现/返佣）、合伙人、联办活动等形式构建协同，扩大获客与转化通道，年贡献商机百万级；
- **营销工具更新：**推动 1 个内容+多场景多形式工具模式，累计开发、更新 60+公司级工具，覆盖 90%产品线；
- **AI+能力升级：**推动 AI 在营销场景、工作场景中的提效应用，采用外部培训+内部共创联动形式，实现了日常稿件创作、社群日报、小视频、图片表情包等的 AI 人机协同常态化，推进 AISEO、AI+官网+企微+SDR 落实，以及 GEO 优化落地；

## 4、品牌沉淀与公关传播

- **品牌战略与升级：**锚定公司中长期战略，以“财税数智化”与“DATA+AI 数据智能”双轮驱动为核心，系统推进品牌升级和标准件输出，制定内容传播策略与规划：塑造契合战略方向、领域专业的可信品牌形象；
- **内容策略与传播：**聚焦战略，确立差异化价值主张。实施“多层价值+多样内容”共振策略，在 IR、GR、PR 等同步发声。借力



- 项目成果：输出品牌定位咨询全案，确定“让好故事成为好作品”品牌定位及传播内核，输出 slogan、logo、VI 体系等；规划执行品牌战略发布活动，以及品牌年度传播方案和执行；

---

2017.02 – 2018.02 (1年) 灵思云途营销顾问 高级客户经理

公司简介：国内 4A，所在事业部主要服务腾讯新闻、京东、爱奇艺等客户，侧重 2B 传播； 汇报上级：事业部总经理  
工作介绍：主要服务腾讯新闻、爱奇艺、京东 3C 数码，对收入、利润率负责；  
工作成果：任职期间，带领 8 人团队，完成年业绩 1000 万+；

代表案例：2017 年腾讯新闻内容价值回归公关传播项目 (所属角色：项目负责人)

- 项目背景：随着移动互联网的快速发展，字节头条、网易新闻等的涌入，腾讯新闻发现要更加注重内容价值的回归；
- 成果介绍：联合工信部发布《2017 年中国网络媒体公信力调查报告》，通过人民日报、光明日报、中新社等核心扩散，百余家媒体主动转载报道，移动端阅读量超 191 万，总曝光量达 1.36+ 亿；其中，腾讯新闻出品栏目《十三邀》、《和陌生人说话》、《巅峰问答》、《财约你》等进行品牌营销，成功为腾讯新闻夯实价值内容品牌标签，《十三邀》案例荣获 IAI、虎啸奖、金蜂蜜奖等内容营销奖；

---

2014.07 – 2017.02 (2 年 7 个月) 大合至悦科技传媒 客户经理

公司简介：社会化整合营销公司，百度 social 三大供应商之一； 汇报上级：客户总监  
工作描述：主要服务百度全系产品，负责提案、项目管理与执行，对业务收入负责；

工作成果：任职期间，带领 8 人团队，累计业绩 2800 万+，曾获“2016 年百度优秀供应商企业品牌”殊荣；服务案例曾获虎嗅奖、长城广告奖、IAI 传鉴国际广告奖等营销类奖项；

代表案例：2017 年手百 feed “星耀新年·粉丝大作战”整合营销项目 (所属角色：项目负责人)

- 项目背景：手百 CNY 营销，通过 social+ 娱乐营销的方式聚焦拉新+留存；
- 项目成果：
  - 全程深度协同营销、设计、UI、前后端团队进行项目上线，主要负责创意输出，上线协同，执行保障；
  - 策划社会事件 #婚礼现场主角竟不是新郎# 登微博话题榜第 2 名、微博热搜第 7 名；获第一时间、人民网、羊城晚报、中国新闻网等 60+ 大 V 关注转发，获得人民网、四大门户等 150+ 家网媒主动转载，获江苏卫视、辽宁卫视、江西卫视主动报道；并获得事件明星及经纪人高度评价和认可；
  - 配合马天宇、唐嫣、黄景瑜等八位明星玩偶落地粉丝应援活动，并策划导流线上 p 图大战活动；微博话题#星耀新年粉丝大作战#获总榜第二名，阅读量 1 亿+，讨论量 200w+；
  - 项目共产生手百端内资讯总分发 7600w+，日均分发 1000w+，超出同量级活动 4 倍；人均分发 60 条+，超出同量级活动 2.5 倍；人均时长 37 分钟，超 feed 人均时长 54%；资讯点展比 36.74%，超 feed 点展比提升 160%；

---

 教育背景

2010.09 – 2014.06	东北电力大学	广播电视编导   统招本科 (学士)
2021.09 – 2022.09	中国人民大学	市场营销方向   在职培训课程

微信公众号：《老葛营销笔记》

内容推荐：《315 曝光 GEO 是行业利好》《B2B 企业，不同阶段该如何做营销》《B2B 企业，不同阶段该如何做品牌》



**出品会议：**人工智能应用大会·AI+营销论坛秘书长、GMTS 全球营销技术峰会联合出品人、CXO 未来管理峰会·AI+营销论坛主理人

**担任评委：**数英奖、虎嗅奖、金梧奖、金匠奖、DMAA 国际数字营销大奖、GMTS 华鹰奖等奖项评委

**获奖情况：**金势奖·金奖·2025 年度市场总监、金匠奖·银奖·年度数字化增长、华鹰奖·杰出 B2B 营销人物

**培训演讲：**港大 ICB、中关村智用研究院、中关村金融产业发展联盟、上海计算机行业协会、中国数智化发展研究中心、跨盈指数、科众集团、华昂咨询等组织合作 B2B 营销讲师，曾为中海油数科、金蝶中国、霖珑云科、中企通信等企业进行 B2B 营销培训

**持有证书：**PMP 项目管理专业人士认证、工信部·人工智能应用工程师（高级）

部分海报、活动照片：

