PERSONAL
INTRODUCTION

吕婷

公司及职务　好欢螺 | 市场总监

参选类别：TMA十周年——移动营销杰出人物

PERSONAL
WORK EXPERIENCE
AND
PAST ACHIEVEMENTS

个人工作经历及过往成就

具有较强的市场洞察力，熟悉消费者调研工作；9年的团队管理经验，注重团队协作；

9年

品牌管理、产品管理、
市场策划、媒介、数字营销、
品牌建设等经验

根据公司战略制定市场和品牌策略

13年

快消品市场管理、
品牌管理和操盘经验

服务过四家行业标杆企业
君乐宝 妙可蓝多
华彬集团（红牛） 伊利

4年

品牌推广经验

市场推广活动策划及执行新品上市管理
品牌故事和品牌价值的确立

CURRENT WORK ACHIEVEMENTS

现有工作成就

好欢螺

品牌塑造

夯实品牌资产及背书，引领市场趋势，创新消费者需求，引导产业链发展，延续品牌生命力

内容造血

坚持内容为王 在各媒体平台不断输出原创内容，树立品牌调性及形象

中国航天跨界营销

好欢螺跨界航天万源，成为“首个与航天万源合作的螺狮粉品牌”，获得全网曝光超过3亿，互动量超过千万

品牌推广

联名、周边线下路演、展会、快闪活动，与消费者近距离接触，持续增强品牌曝光，提高品牌好感度

1 品牌塑造

好欢螺在全球螺蛳粉行业
市场地位确认证书

好欢螺 - 连续5年全球螺蛳粉
销售额第一（2018-2022）

注：弗若斯特沙利文，按2018-2022年每年于全球螺蛳粉市场终端零售额折算计，于2023年4月完成调研

沙利文

颁发日期
2023年4月

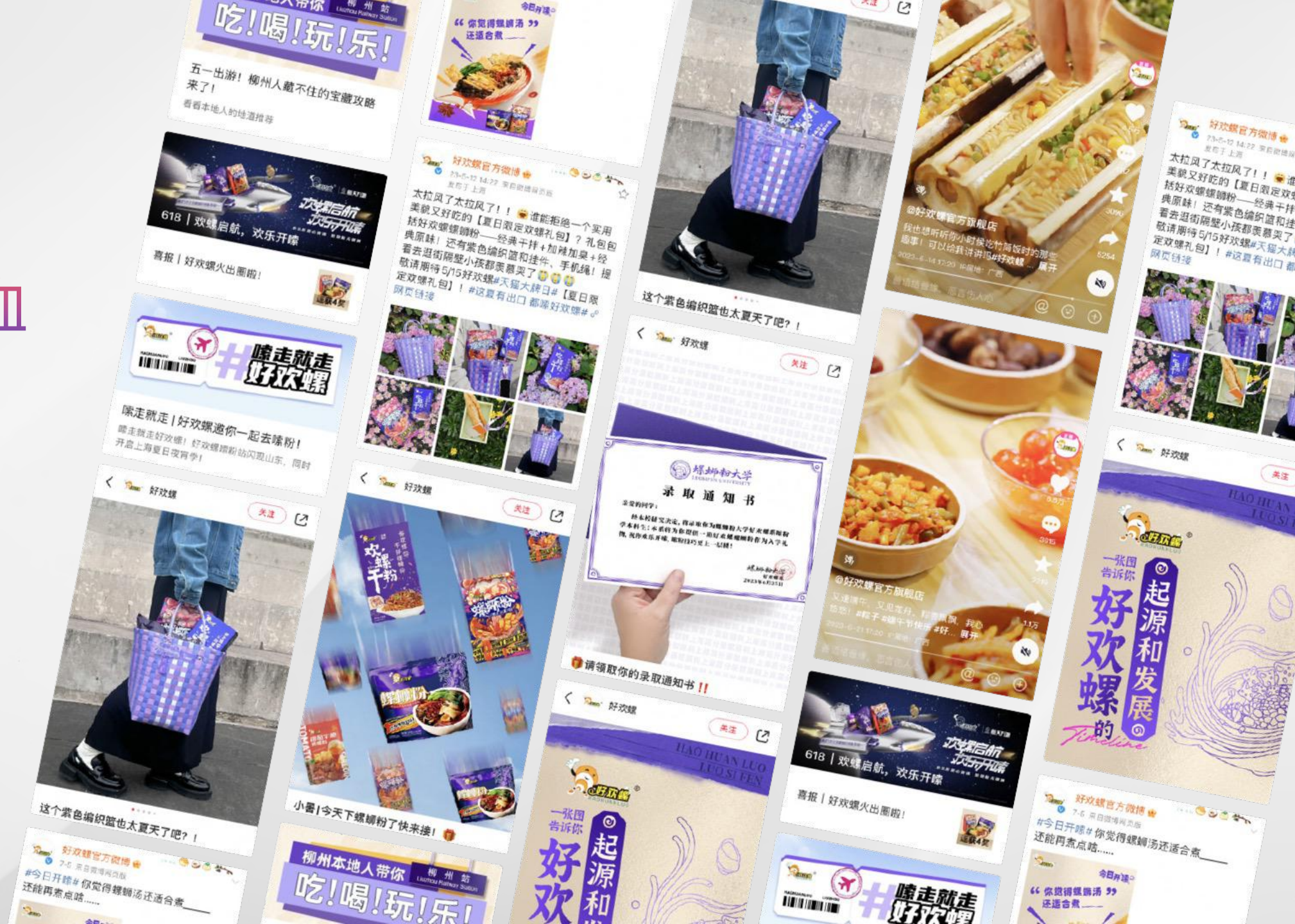
FS-2023-MPC-90978

1 VI塑造

好欢螺
hao huan luo
好欢乐
hao huan le
好欢螺
HAOHUANLUO
© Haohuanluo All Rights Reserved
中国非物质文化技艺传承

好欢螺
HAOHUANLUO
© Haohuanluo All Rights Reserved

2 内容造血



吃!喝!玩!乐!
五一出游！柳州人藏不住的宝藏攻略来了！
看看本地人的地道推荐
618 | 欢螺启航，欢乐开嗦
喜报 | 好欢螺火出圈啦！
嗦走就走好欢螺
嗦走就走 | 好欢螺邀你一起去嗦粉！
好欢螺
这个紫色编织篮也太夏天了吧？！
好欢螺官方微博
太拉风了太拉风了！！谁能拒绝一个实用美貌又好吃的【夏日限定欢螺礼包】？礼包包括好欢螺螺蛳粉——经典干拌+加辣加臭+经典原味！还有紫色编织篮和挂件、手机绳！提看去逛街隔壁小孩都羡慕哭了
敬请期待5/15好欢螺#天猫大牌日#【夏日限定欢螺礼包】！#这夏有出口 都嗦好欢螺#
网页链接
小暑 | 今天下螺蛳粉了快来接！
柳州本地人带你
吃!喝!玩!乐!
螺蛳粉大学
录取通知书
请领取你的录取通知书!!
HAO HUAN LUO LUO SI FEN
一张图告诉你
好欢螺
起源和发展的
Timeline
@好欢螺官方旗舰店

3 品牌推广

抖们出游露营季
螺蛳粉
欢乐一嗦入魂
上头欲罢不能
欢乐的标配
露营嗦粉和姐妹
抖音商城

螺蛳粉销售额第一

欢螺对味
欲气加倍

江湖气
味相投

4 中国航天跨界营销

好欢螺
航天万源
连续5年全球螺蛳粉销售额第一*
欢螺启航·欢乐开嗦
23年匠心传承 致敬航天精神

好欢螺
航天万源
欢螺启航
欢乐开嗦
限量好欢螺航天主题周边
贴纸
冰箱贴
联名太空行李箱
氛围灯
风扇
HAOHUANLUO

4 中国航天跨界营销

16:29
搜你想看的
搜索
好欢螺
HAOHUANLUO
好欢螺
螺蛳粉
连续5年
全球销售额第一
23年匠心传承 致敬航天精神
9444
855
5797
@好欢螺官方旗舰店
热烈祝贺好欢螺号运载火箭发射成功！直击发射现场，沉浸式感受冲天瞬… 展开
2023-8-11 16:05
善语结善缘，恶言伤人心

航天万源品牌合作伙伴
证 书
航天万源品牌合作伙伴

螺蛳粉
加辣
加辣
加辣
加臭
加臭

很难说有什么办不到的事，
因为昨天的梦想可以变成今天的希望，
也可以变成
的现实。
——戈达德

好欢螺号
运载火箭
发射
成功
好欢螺
启航新征程
好欢螺 螺蛳粉

PREVIOUS WORK ACHIEVEMENTS

过往工作成就

君乐宝

1 助力君乐宝品牌知名度不断攀升，在乳制品行业成为第3

2 引领低温奶高端线市场份额提升9.6%

3 推动以内容营销/数字营销及产品/品牌与传统电商的紧密协作

4 开创纯享无添加酸奶升级及悦鲜活/简醇的产品/品牌建设

5 引进代言人明星营销/公关活动，品牌推广与渠道的强联动/整合

君乐宝 纯享无添加酸奶全新升级发布会

君乐宝《纯享时光遇上AI》获得奖项

2021大中华区艾菲奖

AI营销赛道–铜奖

百度创新营销峰会

2020最具成长力乳业品牌

百度金熊奖创意营销奖

百度AI创想季创意领航组银奖

2021上海国际广告奖

金触奖

MD5 AI与科技营销类“银奖”

妙可蓝多

1 助力妙可蓝多市占率36.4%，在奶酪品牌中取得了领先的优势

2 引领品牌忠诚度为47.6%，在整体的奶酪消费人群中，比例最高

3 品牌知名度以绝对的优势稳居第1

4 开创以抖音为代表的新电商渠道/内容营销/数字营销及品牌与传统电商的联动赋能

5 推动与建立市场推广活动及规范化终端体系标准

6 搭建品牌整合营销/品牌公关体系，建立品牌资产资源库为品牌的持续发展提供了源动力

华彬集团（红牛）

1 引领果倍爽逆势增长 106.3%，引领少儿果汁饮料增长7.7%

2 果倍爽品牌份额占比达 47.9%，成为少儿果汁饮料第一品牌

3 推动Vita Coco细分人群的精准定位及推广，
进行Voss的消费者洞察，产品定位延展

4 开创品牌跨界合作模式，搭建生动化物料体系，建立适合品牌阶段的营销模式，为新的品牌/产品推广提供了新思路

RedBull 红牛 | VITA COCO 唯他可可 天然椰子水 | Capri-Sun 果倍爽 | VOSS artesian water from norway

伊利

1 完善推广人员梯队建设，打造三级推广体系

2 费用梳理：梳理经销商费用，通过对人员，陈列，促销每月规划，提高费用使用效率

3 标准化生动化规范：制定了货架，冰船，立式冰柜陈列图并要求渠道推进执行

4 主题活动开展：对重点品项进行活动规划（点亮终端方案/畅轻突击队/再来一瓶活动/区域一体化），双节，CNY 等活动有效开展落地执行

5 导购管理：规范—导购教学短片，导购手册及在岗卡，梳理—导购架构及薪资，人员设立，专业性—导购技能大赛；制定全面的《终端导购管理办法》，2013 年业绩同比增长 25%，14 年一季度业绩达成平均 115%

OUTSTANDING CONTRIBUTIONS

突出贡献

INNOVATION
AND
GUIDANCE

在该领域提出了创新性的方法论，倡导及推动

01

三位一体营销策略

02

品牌资产论

03

CPROB理论等

在食品行业不仅是乳品的品类创新、品类领导者的缔造者，
白皮书、行业标准的建立推动者，也是儿童果汁饮料市场细分、高端水占位，品牌塑造的开拓者，
更在螺蛳粉行业的整体推动起到了至关重要的作用。

LEADING
THE COMPANY

带领公司的贡献

市占率，品牌知名度、认知度

稳居行业第一

赋能生意

逐年稳步增长

DEPARTMENTAL
PERFORMANCE

部门成绩

A 品牌知名度、美誉度，逐步提升

B 夯实品牌基础和背书，引领行业强势发展

C 在企业责任、公关公益方面以身作则，赋能业务及生意，助力企业快速增长

INDUSTRY
EVALUATION

业内评价

行业友人

良好的个人形象和素养，专业技能或业务水平优秀，为公司业务创造更多机会和效益，受公司客户及合作企业好评，为公司创造出较好的品牌效益或社会效益;工作认真负责，积极主动，爱岗敬业，乐于助人，与同事相处融洽，业务知识扎实，是我们得榜样。

合作伙伴/同事

此优秀员工工作认真负责、工作积极，热情周到，对行业的认知、专业能力有目共睹，关心赋能团队每一位成员；爱岗敬业乐于助人，与同事相处融洽，对本职工作兢兢业业，锐意进取，起榜样作用。

媒体

几个大型活动中有过接触和合作，吕总平易近人、对行业有独到的见解，能以小博大，自身有很强的实战经验、洞察精准，负责过很多获奖作品，也是各大营销奖项的评委。