

黄建宁

求职岗位：海外商家运营

TEL: 151-5930-3905 | Email: leo.huang15@foxmail.com

关键词: TikTok Shop 商家运营 | 德国公派交换 | 美国工作经历 | 雅思 7.0 | Codex 工作流



教育背景

福州大学 (211)	国际商务硕士	2023.09-2027.03
路德维希港社会与经济大学 (德国)	Management, Controlling & Information	2025.02-2025.07
集美大学	经济学学士	2019.09-2023.07

• 语言: 英语 (★雅思 7.0 | BEC 中级 | CET-6: 553, 具备全英文商务环境沟通、国际项目会议经验); 德语(初级)

• 办公软件: Excel(XLOOKUP 数据透视表)、MySQL、Power BI、Canva、剪映、AI(Creatok、VoiceCraft、Codex 等)

• 证书&签证: 阿里巴巴国际站操盘官认证(运营岗)、LVMH 市场营销&供应链认证、Gemini Certified Educator、红十字救护员; 加拿大长期签证、美国 J-1 签证以及欧洲申根学签。

实习经历

无忧传媒	海外商家运营	2026.01-2026.06
• 品牌运营: 主导无忧自营品牌 Joy Outlet 全流程运营, 参与 TikTok Shop 基础搭建、全球物流配置及售后体系建立; 核心操盘直播间时尚类目拍卖策略, 通过监控实时流量数据与动态调优, 累计实现 GMV USD120K, 跑通了从“基建搭建-直播转化-售后履约”的自营闭环。 • 品牌拓展与全案策划: 深度参与香水品牌 AFNAN(Amazon GMV: USD 1.7M)、快时尚品牌 Quay 以及保健品牌 Biobor 贝欧宝等多个头部品牌的拓展策划; 独立完成行业调研、竞品分析及美区市场策略报告, 构建达人投放模型与商业化方案。其中 AFNAN 全案测算年过账流水超 USD 600K, 推动品牌方达成 TikTok Shop 全案代运营意向。 • 海外达人运营: 主导 Miutenn Furniture 项目 TikTok 达人矩阵建设, 针对家居/美妆/配饰多品类完成 700+ KOL 筛选和分层; 基于该案从 0-1 提炼并沉淀海外电商 KOL 分销 SOP, 实现多类目并行下的达人分销效率提升 30%。		
DLOOK (AI 时尚科技 APP)	海外增长运营	2025.12-2026.01
• 海外 Creator 增长: 建立北美及欧洲 Creator 分层模型, 负责时尚、美妆、穿搭等垂类 KOL/KOC 的开发、建联及合作推进, 累计筛选 800+ 位达人, 完成 200+ 次有效建联, 沉淀长期合作达人资源池。 • 达人运营体系优化: 梳理达人合作全流程, 持续迭代 Outreach 话术、达人标签体系及合作 SOP, 建立国家、垂类、粉丝量级等维度的达人数据库, 提高达人筛选效率及后续复用能力。		
福建奔驰 (梅赛德斯-奔驰集团)	采购项目管理	2025.08-2025.12
• 采购项目管理: 参与 Mercedes-Benz VAN.EA 商务车型电动化转型项目, 负责推进跨部门功能小组(涵盖研发、财务、采购、物流等部门)采购项目落地。独立搭建并维护第四季度采购 Roadmap, 覆盖 30+ 个关键零部件导入计划、供应商定点、采购节点及项目 Milestone, 持续跟踪项目风险与交付进度, 为供应链稳定交付及成本优化提供支持。 • 跨国战略沟通支持: 担任梅赛德斯-奔驰德国总部、梅赛德斯-奔驰西班牙维多利亚工厂与福建奔驰三方项目会议英文口译及会议纪要负责人, 产出电动化转型项目会议纪要 10+。 • 专项采购项目: 独立负责 3 个采购项目(涵盖活动运营、空间改造及综合服务采购, 总金额约 EUR 15K), 负责 Strategic Sourcing、RFQ、报价分析、商务谈判及项目交付全流程; 针对供应商报价超预算情况, 通过供应商开发、市场比价及多轮议价, 实现采购成本优化, 推动全部项目按预算、按节点交付, 合同及验收通过率 100%。		

项目经历

Yellowstone Mineral & Fossil Company (美国)	海外零售增长	2026.06-2026.09
• 商品经营与增长: 负责矿石、珠宝及化石品类经营, 围绕游客消费行为及门店经营漏斗(停留一进店一浏览一购买), 优化 20+款核心 SKU 的商品结构、价格梯度与陈列策略, 完成 8 款高毛利 SKU 的重点陈列与销售优化; 结合活动机制及用户转化路径调整, 推动门店日均营业额由约 USD 600 提升至稳定 USD 2,000+, 增幅约 230%。 • 用户增长: 基于家庭游客消费路径设计低成本获客机制, 将低动销商品转化为免费引流资源, 提升家庭客群进店率; 策划跨门店 Referral 活动, 与礼品店建立 Receipt 引流机制, 日均导入 20+组新增游客。		