
钟滔新媒体运营作品集

内容获客与项目实践

2026.10

个人概览与代表成果



钟滔

新媒体运营
杭州

20亿+

广交会相关事件
30天全网累计曝光

2万+

跨项目累计获客

超5000万

累计项目GMV

1小时缩至2分钟

电商报表统计用时

服务过机器人品牌、本地教育、美业培训与餐饮培训项目

经历与项目

时间	公司与角色	主要工作
26.01—26.07	太希智能 新媒体运营经理	传播与业务协同
24.11—25.12	言心信息 新媒体运营负责人	本地教育获客
23.09—24.11	梦璃传媒 小红书运营主管	美业IP矩阵与3人团队
22.04—23.09	颜执餐饮 小红书运营	餐饮培训获客
21.09—22.02	中企动力 B端销售	5个月成交31万元

我对新媒体运营的三个判断

01 从业务结果倒推运营动作

做新媒体，我习惯先从业务结果出发，再倒推获客目标、流量需求和内容动作。

02 从用户决策出发寻找增长机会

先搞清楚用户在哪里、为什么需要、如何做选择，再决定通过什么渠道、用什么内容触达。

03 把短视频当作系统工程

短视频不是孤立的文案、拍摄和剪辑，而是商业目标、用户表达与平台传播共同作用的系统工程。

太希智能：双平台品牌账号

小红书品牌账号



抖音品牌账号



品牌新媒体矩阵

带领4人团队

统筹账号定位

明确品牌表达与内容方向

围绕真实使用场景策划选题

展示产品卖点，服务传播与获客

结合数据复盘，持续优化内容

太希智能：真实场景中的内容选题

带领4人团队搭建新媒体矩阵，负责账号定位、选题与内容复盘



西湖路人体验



消防中队体验



健身教练采访

内容围绕真实使用场景，呈现产品体验与用户反馈

太希智能：小红书单条内容表现



710,838

单条笔记曝光

116,375

单条笔记观看

16.1%

封面点击率

太希智能：广交会事件传播

20亿+

相关事件30天
全网累计曝光

70万+

小红书单条
内容曝光

我的工作

抓住外商感动瞬间，主导小红书
内容包装、封面优化与投流

配合品牌公关供稿，
获得青蜂侠等媒体传播

主动策划并组织500+达人
二次混剪分发



广交会现场内容



凤凰卫视传播



中国青年报传播

太希智能：垂类达人测款与低成本冷启动

两笔商单约1162元，获得7.5万次曝光，CPM约15-16元、CPE约1元

精选23位徒步/户外垂类中小达人，跑通高客单新品真实场景测款，沉淀可复用的投放标准

小小的梦



千次曝光 16.23元

参考对照：20-30元（暂拟）

单次互动 1.34元

参考对照：1.5-3元（暂拟）

合作费用 ¥473.00

曝光 29,143

曝光量	阅读量	CPM	CPV
29,143	3,062	16.23	0.15
种草表现			
互动量	互动率	CPE	
352	11.5%	1.34	

kk苏州出发



千次曝光 14.87元

参考对照：20-30元（暂拟）

单次互动 0.91元

参考对照：1.5-3元（暂拟）

合作费用 ¥688.60

曝光 46,308

曝光量	阅读量	CPM	CPV
46,308	7,329	14.87	0.09
种草表现			
互动量	互动率	CPE	
759	10.36%	0.91	

两笔商单合计：费用1161.60元，曝光75,451次，互动1,111次。后台截至2026.03.31。

ROI超过20，我们为什么没有继续放量？

太希智能

全域ROI 20+

事件爆火两个月后仍保持20以上

01 项目情况

广交会相关传播事件爆火后，大量用户主动搜索品牌，商品卡权重快速提升，投放回报表现较高。

02 运营判断

高ROI不仅受付费投放影响，也受益于事件传播带来的主动搜索及商品卡权重提升。

这一阶段，投流的重要作用是承接已有购买意向，减少需求流失。

03 执行策略与业务边界

围绕流量承接统筹代运营目标、投放节奏与复盘。

由于当时供应链供货能力有限，没有继续扩大投放规模，而是结合业务承接能力控制节奏。

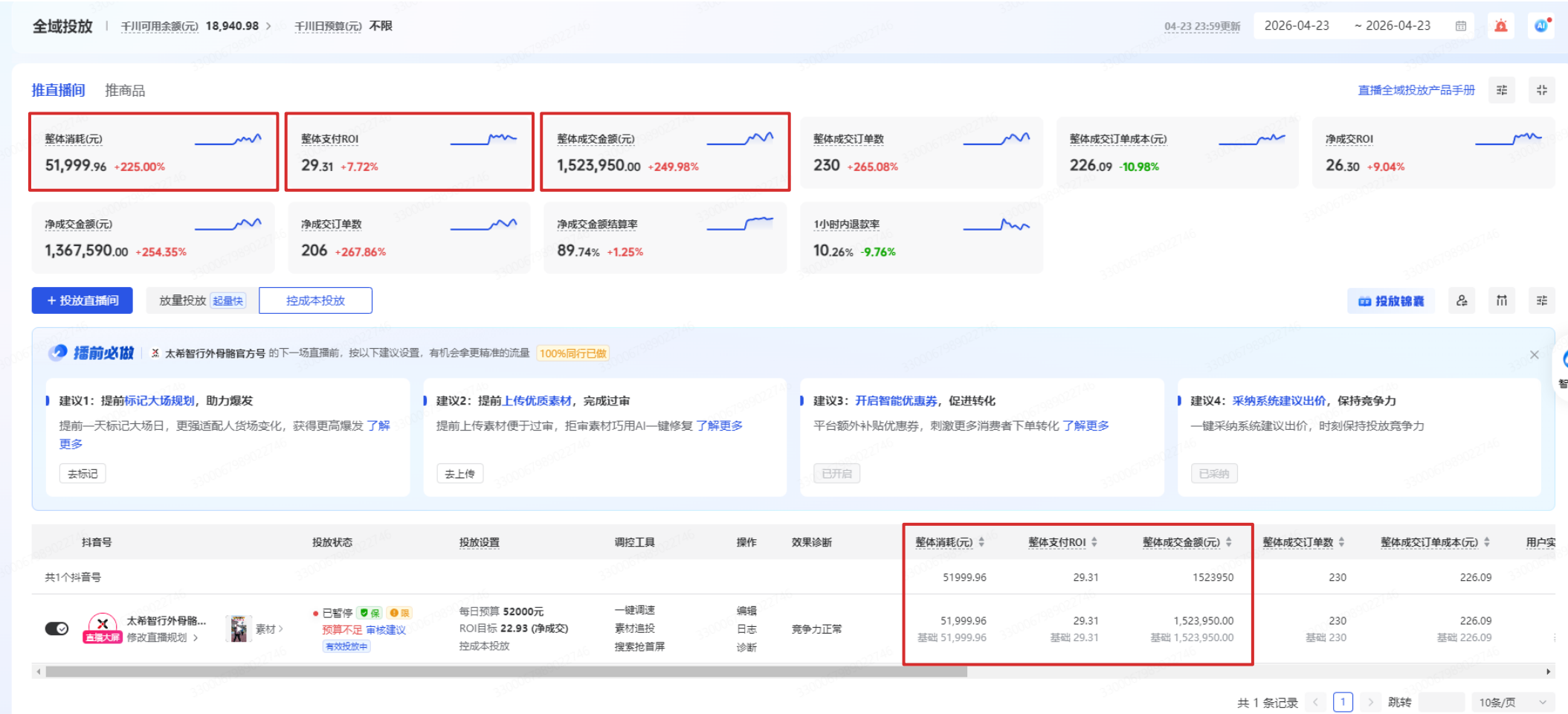
04 项目思考

运营不只是看ROI有多高，还要看清ROI从哪里来，以及业务能不能接得住。

太希智能：直播代运营协同

累计协同GMV 3700万元

单日成交额152.4万元，整体支付ROI 29.31



2026.04.23单日后台。本人负责代运营目标对齐、投放节奏把控与复盘。

太希智能：招商获客与线下转化

5800+

招商意向线索

借势品牌热度，协同服务商上线招商素材并承接线索

1200万+

招商签约回款

2场增至8场

月度招商会场次



招商会现场



招商投流素材

招商累计项目统计。签约回款与直播GMV分别计算。

太希智能：重点展会的项目统筹

负责传播策划、品牌展示与现场协调



央视机器人年货大集



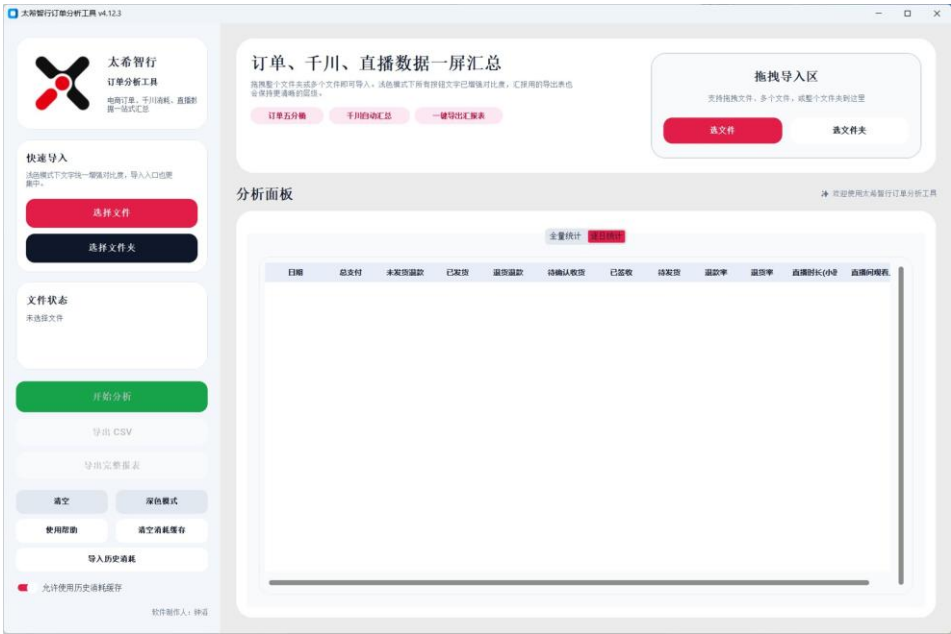
杭州人工智能大会

太希智能：报表自动化与团队AI培训

独立开发多平台电商报表工具

原来1小时，现在2分钟

把人工统计改为工具自动汇总



已交接给公司，由同事继续维护

太希智能任期内完成。报表用时为人工统计与工具处理的对比。

团队AI使用培训

本人主讲



团队AI培训现场

言心信息：本地教育的双平台获客

2132+

小红书自然流获客



小红书账号

5700+

双平台累计获客



抖音机构账号

230万+

13个月项目GMV

业务起步

主导初创机构的小红书、抖音获客业务从0到1搭建

本人负责

账号定位、内容与投放
结合咨询反馈优化销售承接

言心信息：同城搜索内容与咨询承接



搜索词：杭州学演讲去哪里

检索时点的搜索摘要与课程笔记展示

搜索摘要提及「言心口才」

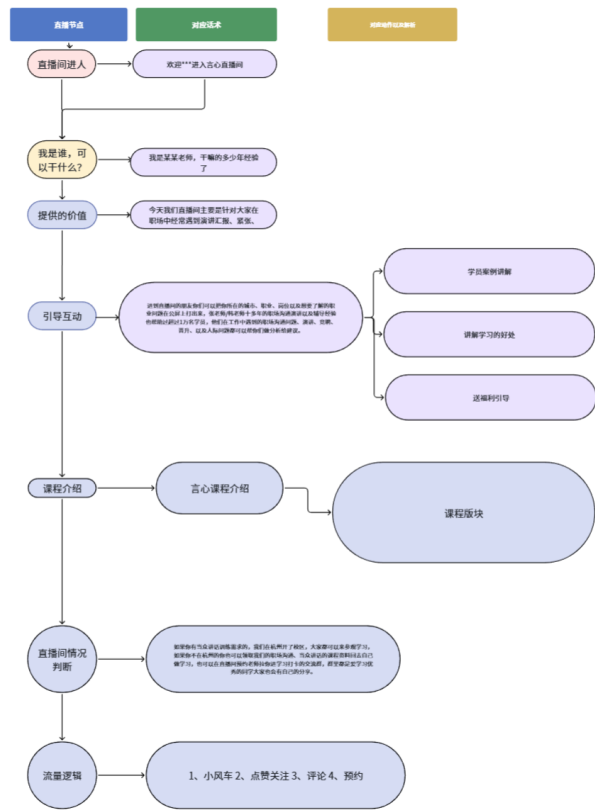
自有课程笔记进入相关搜索结果

搜索需求 围绕杭州本地人群的课程需求布局内容

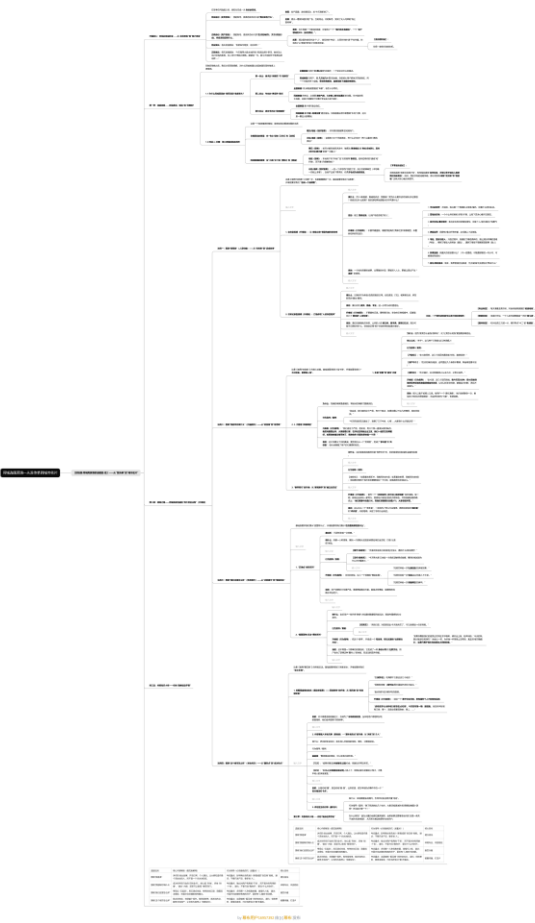
内容表达 结合课程场景、客户问题与本地需求策划选题

线索承接 把销售咨询反馈用于课程卖点与跟进话术迭代

言心信息：直播与同城选题SOP



直播流程与话术SOP



同城选题思路SOP

梦璃传媒：美业培训IP的获客矩阵

小红书运营主管，带领3人小组开展内容生产与精准引流

8800+

15个月累计客资

609万+

项目GMV

8个

稳定获客账号



王梦璃



王梦璃说美业



王梦璃（纹绣赛道）



王梦璃（美业IP）



王梦璃说纹绣IP



王梦璃讲美业

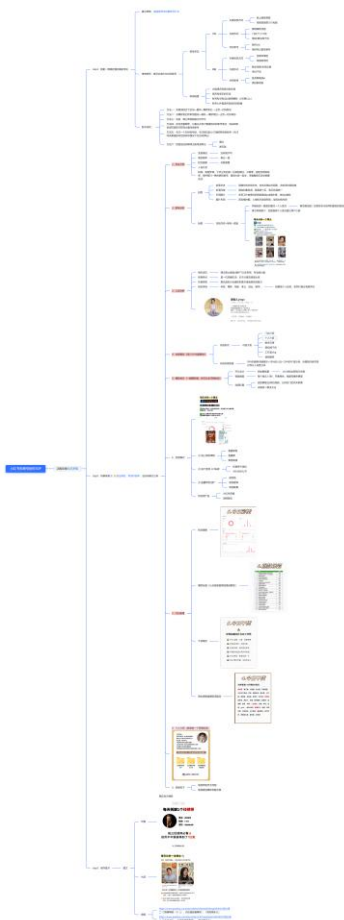
主页含后续更新内容。累计业绩按2023.09—2024.11任期口径统计。

梦璃传媒：五种内容形式

围绕美业人群的真实问题，用不同形式组织内容

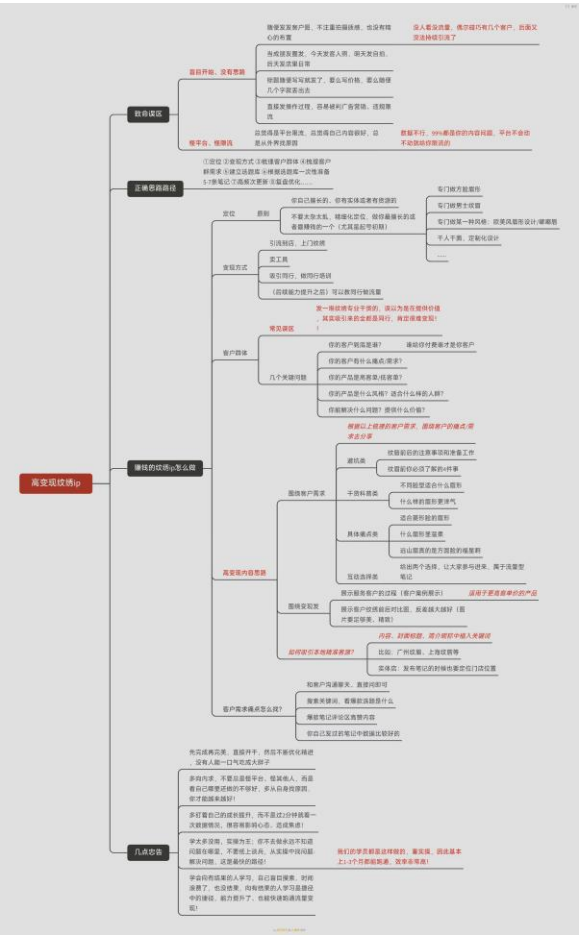
 别不信👊这年头纹绣店不转型就得关门!! 王梦璃说美业 1095	 美容院800首氛围感超绝歌单 小众又高级 王梦璃说美业 152	 25岁杭漂裸辞创业，逆袭成长的7年✈️ 王梦璃 91	 3个方法让你的美甲美睫店! 在当地一炮而红 王梦璃(美业ip) 288	 离谱! 闺蜜背着我做纹绣博主, 500粉月入10W 王梦璃说纹绣IP 288
图文转视频	网感剪辑	Vlog故事	口播讲解	账号拆解

梦璃传媒：内容SOP与获客资料



小红书拆解号制作SOP

本人整理的内容SOP与获客资料



纹绣IP钩子SOP

梦璃传媒：团队复制与内容复盘

选题标准

整理咨询与交付问题
沉淀干货与爆款拆解逻辑

内容生产

建立内容生产SOP
带教组员独立跑通新账号

数据复盘

跟踪24小时与第7天
复用有效选题

内容复盘记录

24小时内数据												第7天数据				数据分析	
发布时间	标题	选题类型	封面	内容	阅读数	点赞	收藏	评论	点赞率	收藏率	评论率	互动率	阅读数	点赞	收藏	评论	互动率
2024/5/9	半生3W粉！偷偷做自媒体真的好赚钱！	干货类	文字图	去年8月份我正	1955	33	20	26	1.69%	1.02%	1.33%	4.04%	3361	52	42	34	3.61%
2024/5/9	一天涨粉1.4W！爆款的力量好强大呀	干货类	文字图	从35个粉到1.4	11158	225	204	78	2.02%	1.83%	0.70%	4.54%	25974	564	531	225	5.08%
2024/5/10	我发现自媒体做起来的人，原因都差不多	干货类	文字图	我从去年8月	737	24	18	8	3.26%	2.44%	1.05%	6.78%	3491	87	77	43	5.93%
2024/5/11	一个月涨粉3.4W，永远不要低估了重复的力量！	干货类	文字图	我做小红书6个多	940	33	25	7	3.51%	2.66%	0.74%	6.91%	3706	146	152	61	9.69%
2024/5/12	小红书上，有好多人偷偷年入百万...	经验类	合照类	W过去，一直	1091	26	15	6	2.38%	1.37%	0.55%	4.31%	1990	45	28	8	4.09%
2024/5/14	我根本就不敢想，一个女孩3年赚这么多	经验类	合照类	W4月我有幸参	3870	126	108	28	3.26%	2.79%	0.72%	6.77%					

同一笔记的追踪样例

记录时点	阅读数	互动率
24小时	940	6.91%
第7天	3,706	9.69%

高亮行：2024.05.11发布笔记

内容复盘表，2024.05.11笔记。互动率沿用原表口径。

颜执餐饮：双平台获客

26万+

双平台累计粉丝

700+

月均客资

1300万+

累计成交GMV

负责双平台4个蓝V账号运营

内容制作

策划菜品与创业选题
规划拍摄，负责剪辑文案

内容筛选与投放

用自然流筛选高潜内容
追加投放

搜索获客

布局品类与培训等搜索词
获取长尾流量

月均客资：小红书500+，抖音200+

颜执餐饮：双平台账号展示

小红书



主号：餐饮美学培训



小号：泰式餐饮培训

抖音



主号：餐饮美学培训



小号：泰餐培训

颜执餐饮：六类选题样例

围绕菜品吸引力、出品方法与开店顾虑组织选题

 网红寿司Taco制作视频分享 颜执餐饮美学培训 2784	 轻食店爆款日式风味腌肉配方 教学视频 颜执餐饮美学培训 4597	 轻食牛油果摆盘技巧! 颜执餐饮美学培训 2.4万	 做轻食不上平台能存活吗? 颜执餐饮美学培训 1903	 开业秘不试运营原地破产 颜执餐饮美学培训 2800	 避开单一品类餐饮 手把手教你开融合料理店 颜执餐饮美学培训 6041
2,784 赞	4,597 赞	2.4万 赞	1,903 赞	2,800 赞	6,041 赞
高颜值菜品	商用配方分享	摆盘技巧教学	开店顾虑讨论	经营避坑提醒	实操课程展示

点赞数为对应截图时点记录。2.4万沿用平台显示口径。

中企动力广州分公司：B端销售

2021.09—2022.02

第一份工作，面向企业客户销售数字化产品

5个月成交31万元

获评「新人王」

面向中大型企业，积累客户沟通与成交经验。

