方隆飞

求职意向：用户运营 / 内容增长运营 / AI 运营

135-8127-5420 | longfei_fang@qq.com | 广州天河 | 作品集：cv.tmhzz.com

个人优势

8 年用户运营与内容运营经验，具备从 0 到 1 搭建公域引流、私域转化、社群交付与复购体系的实战经验。独立操盘营销知识付费社群，累计服务付费用户 800+；主导求职类训练营产品运营，累计转化用户 1,900+；具备视频号、抖音、小红书、微博、公众号等多平台内容增长经验，擅长用户需求洞察、内容策划、社群运营和付费转化。

同时擅长使用 ChatGPT、Gemini、Codex、Claude Code 等 AI 工具：已独立上线 7 款微信小程序和工具网站，小程序累计用户 6.2 万+，并通过搜索流量和收录情况完成增长验证；近半年用 Codex 搭建视频生产体系，产出知识类、商业类视频 180+ 条。

800+	60%+	1,900+	6.2 万+	180+	8.6 万
付费社群用户	社群复购率	训练营转化用户	小程序累计用户	AI 制作视频	微博粉丝

工作经历

项目负责人（自由职业）｜打造营销知识付费社群 2021.08—至今

营销从业者缺少系统、可落地的实操内容，零散信息很难带来结果；我需要从 0 到 1 搭建付费社群，独立解决获客、成交、交付和续费。

- **搭建用户增长闭环：**基于微博、公众号等公域渠道持续输出职场、营销、运营类内容，通过免费资料、内容钩子引导用户沉淀至私域微信，打通公域获客到私域承接的转化链路。
- **负责私域转化与付费成交：**围绕用户需求设计转化内容和成交文案，通过公众号文章、免费直播、私聊沟通、社群展示等方式提升付费转化。
- **建立内容分层机制：**搭建“免费内容引流 + 付费内容交付”双层体系：免费内容持续日更微博和公众号，提升账号活跃和用户信任；付费内容通过文字和直播传授营销知识，在知识星球、语雀沉淀 1 万+ 条内容，覆盖内容生产、渠道增长、转化策略等主题。
- **策划社群活动提升活跃与复购：**设计并执行“关键词引流训练营”“知乎好物写作训练营”“小红书打卡活动”等项目，输出标准化 SOP，提升老用户活跃度，并带动未付费用户转化。
- **推动产品持续升级：**基于用户反馈和运营数据持续优化社群内容、服务体系和交付流程，以稳定的高质量交付提升用户满意度。
- 累计服务付费用户 **800+**；客单价由 **299** 元/年提升至 **799** 元/年，续费 **500** 元/年，复购率 **60%** 以上，形成可持续运营模型。

AI 内容增长项目负责人（自由职业） 2026.06—至今

一个人同时负责选题、脚本、配音、动画、剪辑和分发，纯手工很难持续更新；目标是用 AI 搭建可复用的生产体系，稳定产出知识类和商业类视频。

- **知识类视频：**围绕求职职场、认知成长、营销心理学选题，把原创文章改编为 2—3 分钟讲解视频，形成 3 个系列，其中营销心理学系列共 20 集。
- **商业类视频：**围绕星巴克、宜家、老干妈等消费与商业热点制作约 10 分钟的调查解读，覆盖选题、事实核查、叙事脚本、配音字幕和封面。

- **AI 生产体系：**用 Codex 把制作流程拆解并沉淀为 10+ 个自建 Skill，统一存入 GitHub 管理；成片按标准输出视频、封面和发布文案。
- **多平台分发：**按视频号、抖音、小红书、B站、YouTube、头条 6 个平台的规则，分别适配标题、封面和发布文案。
- 累计完成知识类视频 **140+** 条、商业类视频 **44** 条；另完成英语启蒙、直播切片等测试成片约 **100** 条，形成一人可持续批量生产的内容体系。

使用 ChatGPT Codex 做微信小程序和网站（自由职业） 2024.07—至今

希望低成本验证工具类需求，但没有开发团队，也没有推广预算；目标是独立完成从需求判断、产品上线到搜索流量验证的全过程。

- **围绕用户需求设计工具型产品：**先后落地 5 个微信小程序和 2 个工具网站，覆盖投资估值、复利计算、羊毛信息整理、条形码等细分场景。
- **借助 AI 提升产品落地效率：**用 ChatGPT 梳理需求、拆解功能、优化页面文案，用 Codex 生成代码、调试功能和迭代产品。
- **通过搜索场景验证产品需求：**观察各产品的搜索流量和用户增长，判断需求是否真实存在。
- **实践低成本建站与 SEO 增长：**用 Cloudflare + GitHub 托管网站，在页面层面进行关键词布局和 SEO 优化，推动网站被 Google、Bing 收录。
- **形成“AI + 产品 + 流量验证”闭环：**从需求判断、产品上线到搜索流量观察，完成多次低成本、快速验证的项目实践。
- 微信小程序累计用户 **6.2 万+**：标普纳指实时估值工具箱 **3.01 万**，纳斯达克 VIX 估值助手 **2.16 万**，CI 在线复利计算器 Pro **9,482**，好羊毛助手 Pro **1,407**，均已接入微信流量主并实现盈利，验证了工具产品的搜索获客能力。

项目负责人（自由职业）｜打造简历特训营 2020.12—2023.05

求职训练营的学员在简历撰写、表达结构和经历梳理上存在共性问题；需要开发一门新课程，提升服务深度和老用户复购。

- **识别用户深层需求并完成产品延展：**在求职训练营运营中发现用户的简历撰写存在明显短板，策划推出简历特训营。
- **快速完成课程开发：**调研市面简历课程和用户常见问题，在 20 天内完成 7 节简历课程的设计和内容制作。
- **设计分层转化方案：**针对老用户推出优惠复购机制，针对新用户设置阶梯式购买策略，提升课程转化效率。
- **复制成熟社群运营模式：**沿用训练营模式开展社群交付、作业批改和答疑辅导，保证课程体验一致。
- 累计开设 **7** 期，零成本转化 **415** 名用户，最高客单价 **199** 元，验证了用户复购需求和产品延展方向。

项目负责人（自由职业）｜打造求职训练营 2020.03—2023.05

求职用户缺乏系统方法，简历和面试能力薄弱，单纯卖课难以保证完成度；需要设计并运营一款能跑通转化和交付的 14 天训练营。

- **完成产品从 0 到 1 设计：**基于用户咨询、内容互动和市场调研，拆解 5 个平台共 33 个求职/面试课程，提炼用户核心痛点，设计训练营产品框架和课程内容。
- **通过内容建立信任基础：**持续运营微博、公众号、知乎等平台，长期输出求职干货，完成前期用户教育和信任积累，为转化提供流量基础。
- **搭建转化策略并促进成交：**围绕“需求识别—案例证明—结果展示”设计转化链路，通过学员反馈、上岸案例和课程价值提升报名率。
- **负责社群交付与用户体验：**组织开营邀约、入群欢迎、自我介绍、作业提交、1 对 1 批改、结营嘉奖等流程，增强参与感和课程完成度，促进口碑传播。
- **沉淀标准化运营流程：**在连续开营中不断优化训练营 SOP，形成成熟的课程交付和社群运营机制。
- 累计开设 **45** 期，转化用户 **1,500+**，客单价 **599** 元。

广州市职行天下教育科技有限公司 | 运营主管 2018.10—2020.10

公司从传统行业转型做职业教育，新媒体渠道零基础、零粉丝；我需要带领 2 人团队从 0 搭建渠道，为教师资格证业务积累用户和销售线索。

- **竞品与内容方向：**分析 5 个竞品公众号的 568 篇文章，确定运营和内容制作方向，搭建微信公众号。
- **知乎引流：**统计知乎教师资格证话题下的 65 个问题，确定内容制作方向，并为公众号引流。
- **裂变活动：**根据知乎统计数据发现小学教资资源最受欢迎，据此制作裂变活动，带动公众号粉丝增长。
- **课程决策支持：**分析 5 家竞品机构的 151 个教师资格证课程，为公司确定课程文案、定价和课程选择提供依据。
- 在职期间更新内容 **736** 篇，零费用为公众号引流 **11,643** 名粉丝；通过免费资源为公司获取垂直目标用户手机号 **968** 条。

承递自动化设备（昆山）有限公司 | 机械设计工程师 2017.08—2018.01

深圳市泰顺友电机电有限公司 | 助理工程师 2016.06—2017.05

自媒体账号

短视频账号矩阵 | 视频号、抖音、小红书 @关外野马、@马若夕吖 2026.06—至今

内容消费转向短视频，原有图文账号难以覆盖新增流量；目标是把重心放到视频号、抖音、小红书，并同步 B站、头条，验证哪些题材能拿到平台推荐。

- 按平台规则分别制作内容：视频号标题控制在 16 字内，抖音首句直接给冲突，小红书图文和视频同步运营，突出可保存的步骤和公式。
- 逐条复盘播放、跳出、点击和互动数据，验证“具体问题 + 明确方法”的选题明显强于泛励志内容；针对前 2–3 秒跳出偏高的问题，重写开头和标题。
- 视频号 @关外野马 单条视频播放 **1.1 万**、转发 **222**；@马若夕吖 发布视频 **153** 条，累计播放突破 **5 万**，关注者 **375**。
- 抖音 @马若夕吖 粉丝 **1,035**，获赞 **2,221**，近期单条播放多在 **600–1,300**；抖音 @关外野马 单周播放 **1.52 万**，高于 **94.85%** 的同类作者，两条视频播放约 **1.1 万**（数据截至 2026.10.07）。

- 小红书 @关外野马 粉丝 **1,160**，获赞与收藏 **5.8 万**；图文《HR问：还有什么要问我们的吗？》观看 **21.2 万**、点赞 **1.76 万**、收藏 **2 万**；视频近期最高观看 **813**，获 **32** 赞、**31** 收藏。

微博 @关外野马 2019.06—至今

从零开始做微博，没有粉丝基础和投放预算，当时平台上分享运营知识的博主很少；目标是用职场内容积累垂直用户，并为付费产品引流。

- 围绕职场、转行和营销实操持续更新，根据互动数据和用户咨询筛选高需求选题，单组 10 条内容获 27.5 万阅读。
- 在内容中结合免费资料和内容钩子，把目标用户引导到私域微信，现日均引流 5—10 个垂直目标用户。
- 用户进入私域后，通过标签分层、朋友圈、私聊和免费直播建立信任，再转化到训练营和付费社群。
- 冷启动阶段针对转行方向的高频问题，前 3 个月制作 31 条内容，吸引垂直用户 2,631 人；270 天零投放涨粉至 6.3 万。
- 现粉丝 **8.6 万**，从 **1 万**粉丝开始变现，累计为求职训练营、简历特训营、营销知识社群贡献付费用户约 **3,000** 人；目前运营的社群累计付费用户 **800+**、复购率 **60%+**。

公众号 @关外野马、@马若夕吖 2018.06—至今

需要掌握公众号运营和涨粉方法，并为付费社群提供内容阵地；目标是独立跑通选题、制作、分发、引流和转化。

- @关外野马：以盘点型、分享型、思维型、经历型内容为主，根据用户调研和后台留言关键词选题，并通过 **5** 个平台的分发测试筛选引流效率最高的渠道；原创内容 **233** 篇，累计增长用户 **23,437** 人。
- @马若夕吖：作为付费社群的配套账号，持续输出营销干货、副业赚钱方法、社群内容外化和成交转化文章，用免费资料和关键词回复把读者引导到个人微信，再配合免费直播转化为付费社群用户；原创内容 **825** 篇，总用户 **2,225** 人，近期单篇最高阅读 **5,427**。

专业技能

用户运营：用户分层、私域承接、社群促活、裂变活动、付费转化、复购提升、SOP 搭建

内容增长：视频号、抖音、小红书、B站、微博、公众号内容运营；关键词布局与 SEO

AI 应用：ChatGPT、Codex、Claude Code、Gemini、MiniMax；自建 Skill、AI 视频与产品开发

持续学习：持续跟踪 X 等渠道的 AI 前沿信息并动手验证；得到 App 累计学习 1,230 小时

教育经历

鄂东职业技术学院 | 机电一体化 | 大专 2013.09—2016.06

项目附件



「天马黑珍珠」语雀知识库

知识付费社群内容沉淀与导航体系



好羊毛助手 Pro

工具型微信小程序，累计 1,407 用户



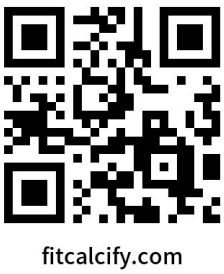
标普纳指实时估值工具箱

投资类工具小程序，累计 3.01 万用户



在线复利计算器 Pro

搜索流量为主，累计 9,482 用户



fitcalcify.com

AI 搭建并完成 SEO 布局



calcwisehub.com

AI 搭建，已获搜索引擎收录