

练鹏程 Dellest — IT 经理

电话 18594003993 | 邮箱 dellest@live.com | 微信 dellest | 网站 www.lianpengcheng.com

现居 广州 | 32 岁 | 男 | 已婚 | 状态 在职 | 求职意向 IT 经理

个人简述

- IT 规划与数字化战略**：作为销售数字化主要负责人，制定并落地 SFA / TPM / PMM 的销售数字化蓝图，主导三大系统从 0 到 1 建设并形成一体化数据闭环，推动 IT 规划与业务战略同频，让数字化投入持续产生业务价值。
- 团队与多线程项目管理**：统筹销售、营销、财务、IT 及供应商团队，多事业部多条线并行；熟练应用 PMP 知识框架，建立统一项目节奏、明确权责分工，带领跨职能团队推动组织级业务变革落地。
- 系统架构与集成能力**：主导主数据标准化、统一身份认证、预算管控引擎等核心架构设计，打通 DMS / BI / OA / EBS / SRM / DW 多系统集成，构建 APP / 小程序 / 企业微信 / H5 / PC 一体化移动架构，兼顾稳定性与可扩展性。
- 业务协同与精细化管控**：深入销售、TM、财务一线，将业务规则翻译为系统规则，落地预算红绿灯预警、YTD 动态管控、AI + BI 协同等机制，以 IT 手段量化销售过程、缩短核销周期、支撑 ROI 分析。
- 技术功底与交付保障**：Web 全栈开发出身，熟悉技术可实现性与供应商管理，主导软硬件结合（一物一码）、多供应商协同、核心数据无损迁移、解决方案整合等高复杂度项目交付，系统按时高质量上线，保障业务连续性。
- 复合型背景与持续改进**：新闻学科班出身，沟通表达与逻辑思维能力突出——「是最懂业务的 IT，也是最懂 IT 的业务」；历经美股上市教育公司、瑞士外资企业、港资上市公司等多元组织文化，以 START 原则结构化复盘，推动 IT 治理与交付体系持续优化。
- 会员运营与私域增长**：主导微信生态会员运营平台建设（好工匠会员平台、门店私域社群），构建内容、活动与激励工具体系——好工匠上线三年会员超 300 万、单场直播观看超 20 万，私域社群沉淀超 20 万会员、门店百人群超 1,000 个，实现 C 端用户规模化增长与转化。

工作经历

南顺香港集团 — 高级业务分析师 (BA/PM)

2024.04 - 至今

南顺香港集团 1972 年于港交所上市 (00411.HK)，是香港食油及家居清洁用品市场的领军企业，旗下拥有 AXE 斧头牌、劳工牌等家清品牌及刀唛、红灯等油脂品牌，约 85% 收入来自中国内地市场。

销售数字化项目负责人，主导 SFA / TPM / PMM 三大系统从 0 到 1 搭建及 TPM 2.0 深化，覆盖家清、油脂双事业部，统筹项目全生命周期，协调业务、财务、IT、供应商多方资源。

SFA 销售行为管理系统 (家清 + 油脂双事业部)

覆盖家清、油脂双事业部的销售行为管理系统，涵盖门店主数据、人员拜访、陈列识别与订单协同，打通 DMS / BI / OA / EBS 等核心系统。

S (情境)：门店主数据混乱、拜访行为无法跟踪；家清原系统即将停用，油脂缺少系统，亟需建立新的销售行为管理系统。

T (任务)：负责新 SFA 的调研、选型、实施、迁移与推广，覆盖双事业部全体 SR / DSR / TM。

A (行动)：建立门店主数据标准化体系（统一编码、查重机制、定位校验、审批流程），完成历史数据清洗与迁移；主导 SaaS 选型（纷享销客）；落地 AI 陈列识别 (200+ SKU)；打通 DMS / BI / OA / EBS 等系统。

R (结果)：家清 SFA 已全国切换上线，管理门店 4 万+；油脂 SFA 全国上线，用户激活率 100%，管理门店 1 万+；AI 识别率 85%+；原系统 100% 功能替代，门店数据资产完整保留。

T (思考)：主数据治理先行是平稳切换的前提；创新功能先小范围跑通闭环再扩量。

TPM 促销费用管理系统 (家清 + 油脂双事业部)

覆盖双事业部的促销费用全流程管理系统，实现预算、申请、执行、核销、上账线上化，支撑精细化费用管控与 ROI 分析。

S (情境)：原促销费用流程分散、预算粗放、核销慢，无法满足精细化费用管控与 ROI 分析需求。

T (任务)：搭建预算 → 申请 → 执行 → 核销 → 上账全流程 TPM，覆盖双事业部。

A (行动)：梳理 12 种费用类型、7 大预算池，对齐事业部规则差异；预算管控细化至客户/费用类型/月份级并自动拦截超预算；打通 DMS / SRM / OA / DW；创新经销商自主核销模式与确认函合规方案；跨部门 Workshop 对齐多方权责。

R (结果)：家清、油脂 TPM 均已上线，实现促销费用从预算、申请、执行到核销的全流程线上化管控——超预算自动拦截强化风险控制，核销周期大幅缩短提升执行效率，费用透明可追溯赋能精细化管理与 ROI 分析；经销商签署确认函自主核销，大幅提升费用核销及时性；线下和电商费用一盘棋，统一纳入管控；SFA 现场举证保障费用执行真实性。

T (思考)：费用数字化的本质是把业务规则翻译成系统规则，权责对齐先于功能开发；合规方案必须前置。

PMM 促销员管理系统 (家清 + 油脂双事业部)

统一的促销员数字化管理平台，涵盖档案、排班打卡、销量上报与任务执行，与 SFA、TPM 数据联动形成业务闭环。

S (情境)：促销员管理分散于钉钉 / Excel / 电子流程系统，数据孤岛严重、历史仅留存半年。

T (任务)：统一促销员档案、排班打卡、销量上报与任务执行，实现双事业部管理数字化。

A (行动)：梳理长促/临促/突击队/督导多类型管理和考勤规则；与 SFA 门店、TPM 费用数据联动形成闭环。

R (结果)：油脂、家清 PMM 均已全国上线，覆盖全部公司促销员；标准化 SOP 执行确保促销员工作高效执行；和 SR/DSR 上报数据形成互补，增加现场信息采集覆盖门店；数据可追溯，支撑 ROI 分析。

T (思考)：先统一主流程、再分批接入差异化规则；系统间接口须在架构初期预留。

西卡德高 (瑞士 SIKA 全资) — IT 副经理

2016.07 - 2024.04

德高 (DAVCO) 是瑞士西卡集团 (SIKA, 胡润世界 500 强) 旗下品牌，进入中国约 30 年，主营瓷砖胶、防水、美缝剂、腻子等家装辅材，是中国瓷砖胶市场的头部品牌。

负责销售、产品与营销团队的移动数字化方案，主导好工匠会员平台、开盖有奖红包活动、门店私域社群、德高 365 等 30+ 个项目的 BA/PM 工作，搭建 APP / 小程序 / 企业微信 / H5 / PC 一体化移动架构。

德高好工匠 — 师傅会员运营平台

纯定制开发的会员运营和管理小程序，具有直播、图文、产品百科、绿色能量、会员会、金币商城等主要功能，是公司品牌宣传、产品推广、会员引流和师傅群体运营的主要阵地。

S (情境)：C 端战略下，公司需要沉淀师傅群体会员资产，打造品牌宣传、产品推广与会员运营的自有阵地。

T (任务)：负责平台的业务需求分析与功能规划，构建内容、活动与激励工具体系，提升会员活跃与品牌粘性。

A (行动)：2020 年项目启动起负责业务需求分析，全程参与小程序功能规划与搭建；构建直播、图文、产品百科等内容运营能力，及会员会、产品红包、绿色能量等活动运营能力，整合表单、短信、公众号、视频号等内外部资源；上线任务中心、兑换商城、大转盘、排行榜等激励工具促进会员活跃。

R (结果)：上线三年会员超 300 万，历经近 40 个迭代至 5.0 大版本，功能完善，竞品争相效仿；引入小程序直播插件，确保直播合规及零使用费，单场直播观看超 20 万人；2 年举办 1 万+ 场会员会、参会 30 万+ 人次，实现线下用户转化与沉淀。

T (思考)：内容 + 活动 + 激励的组合是会员增长飞轮的核心；用足微信生态的合规红利能事半功倍。

开盖有奖红包活动 — 一物一码营销项目

软硬件结合的一物一码红包营销项目，关联溯源、红包、防伪等多个系统，涉及营销码关联生成、工厂产线码激活和消费者扫码领红包等环节。

S (情境)：快消行业一物一码营销兴起，公司需打通生产到消费端的数字化链路，以红包激励拉动终端动销、以防伪溯源强化消费信任，并将扫码用户沉淀为可运营的会员资产。

T (任务)：负责项目的系统方案设计与项目管理，协调多部门与多供应商。

A (行动)：联动产品、营销、生产及多供应商，整合防伪溯源、产线改造与抽奖系统；高效完成软硬件联调；配合铺货与线下推广；采用小程序插件形式集成到好工匠平台。

R (结果)：扫码率 24%+，上线半年销售额破亿，活动按节点顺利落地；扫码红包引流到好工匠，实现用户资产沉淀与转化。

T (思考)：软硬件项目关键路径在硬件联调，须预留调试缓冲；多供应商协作须统一节奏、明确接口人并以规范划清边界。

德高 365 — SFA 及分销订单系统

基于 SaaS 的 CRM 和销售网络管理工具，包含 SFA、DMS、B2b 订单、AI 商品识别和智能审批等功能。

S (情境)：专卖店、零售网点、销售行为自动化管理的统一数字化工具。

T (任务)：主导 SFA + 分销订单 SaaS 产品 (APP/微信) 的需求分析、功能设计与交付。

- A (行动)**：需求按重要紧急分期上线，预算内最大化业务支持；配合销售战略设计红包/积分激励体系，协调开发、测试、业务迭代交付。
- R (结果)**：支撑 3,000+ 专卖店、10 万+ 网点管理；年增网点 3 万+，网点销售超 10 亿元。
- T (思考)**：激励体系是驱动一线持续使用系统的核心抓手，产品设计须与销售战略同频。

门店私域社群 — 线上门店及私域运营方案

基于企微搭建的私域社群运营方案，由企微、SCRM 和线上云店小程序等组成，可完成建群、运营和交易转化等动作。

- S (情境)**：门店会员资产缺乏线上化沉淀，需要打通私域建群、运营与交易转化的完整链路。
- T (任务)**：负责项目的业务需求分析，参与项目组规划与工作会议，提炼需求并推进方案落地。
- A (行动)**：结合 SOP 梳理店长建群运营流程，完成会员加群、运营与转化；与项目组共建店长业绩看板（CDP 整合企微群聊运营、直播培训、云店订单数据，计算店长业绩并积分排行激励）；搭建中间件实时同步店长信息与标签、映射原手工维护用户、提供应用单点登录。
- R (结果)**：沉淀超 20 万私域会员，门店百人群超 1,000 个，渐成规模；店长异动实时更新，信息准确且群聊资产完整保留。
- T (思考)**：私域的核心是「人」的运营——用业绩看板激励店长持续投入，用数据同步守住资产准确。

企业协作平台 — 软硬件结合的协同方案

以企业微信 + 腾讯会议为底层，该平台提供统一身份认证功能，集成内外部各系统，提供数十个应用和窗口，为企业管理和员工协作提效。

- S (情境)**：公司内部 IT 系统多、移动端入口分散，员工使用体验差。
- T (任务)**：负责平台整体应用规划与搭建，基于企业微信打造统一移动数字化主平台并提供统一身份认证。
- A (行动)**：主导搭建审批中心（整合 OA、CRM、费控等审批流程）、学习平台、产品折页等工具应用，并对接 OA、BI、HR、合同等系统，将企微打造成移动办公门户；引导跨部门共建统一信息门户，上线十余个部门与资讯窗口；主导引入腾讯会议企业版，连接会议室 Polycom、MAXHUB 硬件，组建会议活动支持团队。
- R (结果)**：应用从 2 个增至 20+，员工使用率 87%+，成为公司移动端统一总入口；会议协作效率显著提升、差旅费用大幅下降，统筹完成数十场内外部大型会议活动支持。
- T (思考)**：平台增长靠「共建」而非「自建」；统一认证是平台粘性的基础设施。

学而思培优 (好未来 NYSE:TAL) — Web 开发工程师 (全栈)

2015.07 - 2016.07

学而思培优是好未来 (NYSE:TAL) 旗下 K12 高端培优品牌；好未来 2010 年于纽交所上市，为国内领先的美股上市中小学教育机构。

负责广州分公司系统规划、产品设计与开发，完成 IT 系统基础建设，上线学员中心、云错题本等 10+ 产品。

学员中心 — 统一身份认证门户

基于微信的统一身份认证类门户产品。帮助学员和家长实现各学习系统单点登录，为运营人员提供用户标签与画像等数据。

- S (情境)**：各公众号与学习系统相互独立、需多次登录，运营缺乏统一用户视图。
- T (任务)**：负责微信统一身份认证门户的设计与开发，提供单点登录与用户标签支持。
- A (行动)**：打通各系统账号体系实现单点登录；设计用户标签体系支撑分层运营；通过公众号、家长群推广。
- R (结果)**：总用户超 10 万人，解决多系统登录繁琐问题，提升用户体验与运营效率。
- T (思考)**：统一认证的价值更在于打通数据资产；是我转向 BA/PM 岗位的起点。

教育经历

武汉大学 — 工商管理 在读 · 硕士 (2025.09 - 2027.12)

惠州学院 — 广播电视新闻学 本科 (2011.09 - 2015.07)

专业技能与证书

- **国际认证**：NPDP 产品经理国际资格认证、PMP 项目管理专业人士资格认证
- **语言能力**：普通话 (母语程度)、粤语 (母语程度)、英语 (日常交流, CET-6)
- **资格证书**：系统集成项目管理工程师 (软考中级)、MySQL (NCRE-2)