

黃于芹 Bella Huang

Product Communication · Integrated Marketing

Cross-functional Strategy

以產品體驗與使用情境為核心，整合資源、建立溝通節奏、推動方案落地。

bella.lomo@gmail.com 0935-777-822



PROFILE 個人簡介

15 年工作經歷，橫跨品牌端、代理商、媒體與平台型產品的整合行銷與數位策略，累積內容行銷、媒體策略、電商與產品溝通等跨領域經驗，擅長在多產品線與高變動環境中推動專案整合與跨部門協作，以產品體驗與使用情境作為核心溝通切點，增加消費者接觸與理解產品的機會。

近年於 HUAWEI 台灣總代理負責智慧穿戴、音頻與平板產品線數位策略，統籌年度預算近 1,000 萬，在品牌與市場條件受限的情況下，持續提升年輕消費族群對產品的關注與討論度。

核心優勢是能從市場目標、消費者需求與商業方向出發，釐清問題本質、拆解策略優先序，並推動跨團隊協作節奏。具備從 0→1 建立專案框架、在混亂中梳理方向，以及讓專案持續推進的能力。

CORE STRENGTHS 核心能力

- ▶ 產品溝通策略：以使用情境規劃上市與市場溝通方向
- ▶ 跨平台資源整合：串接內容、媒體、創作者、電商與官網
- ▶ 專案整合與推進：多產品線、跨部門高變動環境下釐清優先序
- ▶ 專案框架建立：從 0→1 建立協作流程與內容節奏
- ▶ 數位媒體投放：Meta、Google、LINE 跨平台投放策略規劃
- ▶ AI 協作工作流：應用 AI 於內容策略、提案與跨部門溝通

WORK EXPERIENCE 工作經歷

數位行銷經理

HUAWEI 台灣 (訊威技術股份有限公司)

2022.03 – 2026.04

- 負責智慧穿戴、音頻與平板產品線數位策略，統籌年度媒體與社群預算近 1,000 萬，規劃多產品線資源配置與市場溝通節奏。
- 以產品體驗與使用情境為核心溝通切點，整合內容、媒體、SEO、數位創作者與電商資源，持續提升年輕族群對產品的關注與討論度。
- 主導數位創作者分眾合作機制，統籌超過百位創作者與外部代理商，建立從選角、腳本溝通到成效追蹤的完整協作流程。
- 推動產品內容、官網導流與電商節奏整合，提升新品上市期間的搜尋能見度與市場接觸機會。
- 建立 AI 協作工作流，應用於內容策略、創意發想與跨部門溝通，縮短提案與對齊週期。

媒體業務經理

CaCafly 聖洋科技

2020.08 – 2020.12

- 參與 Meta、Google、LINE 跨平台媒體策略規劃，建立對數位媒體生態、受眾分層與投放邏輯的實務認知。
- 從媒體端視角理解內容、SEO、廣告投放與使用者旅程的連動關係，補強對數位流量的整體認知。

行銷企劃經理

寵聚股份有限公司

2019.05 – 2020.06

- 負責寵物醫療資訊平台規劃，串接動物醫院系統、保健內容與商品服務，協助建立內容導向的商業模式。
- 負責寵物 APP 推廣，規劃使用者旅程、會員互動與內容節奏，累積平台型產品與會員經營經驗。
- 整合線上線下資源，規劃千人大型寵物節活動與20+品牌合作，建立活動推進與成效追蹤流程。

品牌專案經理

頂呱呱股份有限公司

2016.11 – 2019.04

- 推動品牌年輕化與數位轉型規劃，協助傳統速食品牌重建面向年輕族群的內容語言與溝通方式。
- 主導官網改版與 SEO 架構優化，重新梳理網站內容與使用者動線，提升品牌資訊的接觸效率。
- 規劃母親節「炸雞花」等創意專案，累積品牌聲量操作與內容擴散經驗。
- 長期策劃「頂呱呱小小店長」親子體驗活動，提升家庭客群參與度。

EARLIER CAREER 早期經歷

酷瞧新媒體

統籌 OTT 平台從 0→1 的數位推廣與內容營運架構建立，整合節目內容、社群互動與流量導入策略。

鼎鼎聯合行銷

主導會員經濟與點數整合行銷專案，規劃跨通路合作與會員互動機制，建立 CRM 與消費者生命週期經營能力。

MIGO 功典資訊

推動企業數據行銷與自動化解決方案市場教育，建立早期 B2B MarTech 與 solution-based marketing 經驗。

三星鵬泰顧問

負責 Samsung Camera、Yahoo! Mobile 等品牌社群與整合行銷專案，累積跨品牌、多產業代理商高節奏協作經驗。

東森得意購

以行銷與使用者視角參與電商平台會員與行銷模組規劃，建立以消費者體驗為核心的流程設計思維。

最後更新：2026年5月14日 10時