

直系学弟前期中小厂投递不顺到

两天光速上岸中厂社交产品

策略产品经理方向 · 电商/社交赛道

01 成果摘要

1.1 学生最终结果汇总

项目	填写内容
学生姓名/化名	小文同学
服务周期	2026.05.18 — 6.17
签约时间	2026.05.18
目标方向	策略产品经理（电商方向）
已获面试公司	SHEIN、Soul、货拉拉、TikTok Shop、Lazada
当前进展	Soul 拿到 offer，Lazada 进入三轮面试，货拉拉简历通过
英语能力	六级 505，雅思阅读 8

1.2 案例总结（省流版）

小文同学同学，无悔老师直系学弟，目标方向为电商策略产品经理。学生对产品基础流程有一定了解，但缺乏大厂实习经历和策略方向的项目经验，在投递过程中屡屡受挫，无 HR 问津。

通过服务团队的系统培养，包括策略产品课程讲授、简历重构、模拟面试、投递策略制定等，小文同学在不到 30 天内即获得多家中大厂面试机会，包括 SHEIN、Lazada、Soul、货拉拉、TikTok Shop 等。

其中，Lazada 进入三轮面试流程，货拉拉通过一面，最终又在两天极限面试的过程中拿下 soul 的 offer。

1.3 服务策略总览

服务模块	对应问题	服务动作	预期结果
方向定位	目标不清	岗位分析、导师沟通	明确电商策略 PM
简历优化	表达弱、经历不足	简历重构、经历包装、量化结果	提升过筛率
项目补足	缺乏策略项目	策略项目课、案例打磨	增加可讲述素材
技能提升	能力短板	SQL、数据分析、策略方法训练	匹配岗位要求
投递推进	机会不足	内推、网申、岗位筛选	获得面试机会
面试辅导	表达不足	模拟面试、业务面辅导、复盘	提升面试通过率

02 阶段一：方向确认与导师组建

小文同学加入服务后，我们立即组建拉群，配备了带教老师（无悔老师）和项目课老师（年年），采取双导师制进行全程陪跑。

带教老师负责策略产品课程讲授、简历优化、复盘和 mock 面；班主任老师负责投递策略、进度管理。通过初次沟通，我们确定了学生的目标方向为电商策略产品经理，主攻生态策略、优惠券策略等方向。

下图为建群初期的沟通记录：



03 阶段二：课程辅导与项目补足

3.1 策略产品课程培训

带教老师为小文制定了系统的策略产品课程计划，包括电商生态策略、优惠券频道策略、推荐策略等核心内容。课程采取线上一对一授课方式，每次课后有录制回放和转写文字稿供学生复习。

学生在学习过程中非常积极主动，主动收集问题并在群内及时反馈。对于生态策略、优惠券频道等新知识，虽然之前完全没有接触过，但她并不畏难，积极自学并与老师沟通不懂的地方。

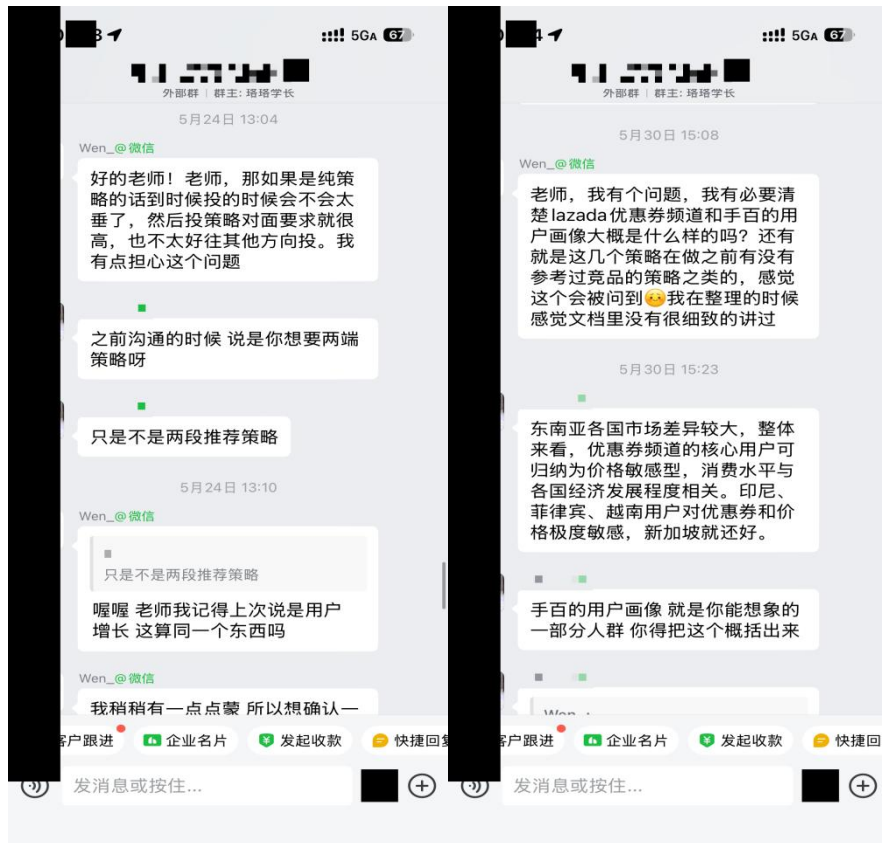
下图为第一次辅导课沟通及第二次项目课安排：



3.2 策略方向深入讨论

在课程中，老师重点讨论了 Lazada 优惠券频道策略、东南亚各国市场差异、百度生态策略 OKR 等内容。学生对策略的理解逐步深入，从最初的“完全没接触过”到能够独立分析策略问题。

下图为策略课程讨论记录：



04 阶段三：简历优化

4.1 简历问题分析

学生初版简历主要存在以下问题：第一，经历描述偏流水账，缺少策略岗位相关性；第二，项目细节表述不够清晰，缺少量化结果；第三，自我介绍与项目经历的结构需要优化。

4.2 修改策略

简历优化的核心不是简单润色，而是围绕目标岗位 JD 进行重构。我们将原有经历拆解为“项目背景—个人动作—方法工具—结果产出”，并强化与策略产品岗相关的关键词。带教老师多次修改简历细节，包括 STAR 陈述的完整性、项目背景的精简表达、以及面试官视角的优化。

下图为简历修改过程中的沟通记录：



05 阶段四：投递推进

5.1 投递策略

我们给小文制定了“小厂练手，中大厂冲刺”的投递策略。先投递武汉本地的小厂进行面试练习，积累实战经验，同时简历投递和简历修改同步进行。

同时，带教老师的内推资源也在同步发力。Eisbock Chen 老师明确表示可以帮忙内推 Lazada 等公司，为学生提供了更多面试机会。

下图为投递策略讨论及内推沟通：



5.2 投递成果

得益于系统的策略培训和简历优化，小文在 BOSS 直聘上的反馈非常积极。多家公司 HR 主动联系，甚至出现了被多个 HR “锁”的情况（即被多家企业抢先联系）。货拉拉 HR 评价她“很抢手”，简历通过后即安排三轮面试。

下图为 BOSS 直聘上货拉拉 HR 的沟通记录：



06 阶段五：面试辅导

6.1 Mock 面与复盘

在投递的同时，我们安排了多次模拟面试，帮助小文熟悉策略产品经理的面试套路。老师在 mock 面中重点训练了以下几个方面：

- 策略项目的 STAR 陈述方法，确保“精排”而非“粗排”
- 策略效果的数据表达（如 CTR、订单量、GMV 等指标）
- 如何回答“遇到什么问题”、“为什么这么做”等常见问题
- 电商平台的业务逻辑和策略思维

下图为 mock 面准备及面试问题讨论：



6.2 面试实战与复盘

小文在面试过程中积极反馈面试情况，老师及时给予辅导。例如在 shein 面试后，学生反馈了关于“同品类卡片点击率”的策略问题，老师即时帮助她梳理了高频低消和低频高消的策略差异，以及如何通过 AB 实验验证策略效果。

Soul 一面顺利通过，老师评价“牛”！并表示“也是让你去 soul 了”。同时 Lazada 也进入了三轮面试流程，带教老师明确表示可以帮忙内推。

下图为面试实战及复盘记录：



07 服务亮点与学生反馈

7.1 服务亮点

- 双导师制：带教老师负责专业培训，班主任老师负责进度管理，分工明确、响应及时
- 系统化课程：从基础的策略认知到实战的策略分析，循序渐进
- 内推资源：带教老师主动提供 Lazada 等公司内推机会
- 实时响应：学生面试后即时复盘，老师当天即给予反馈和指导

7.2 学生反馈

小文在服务过程中多次表达感谢：“收到老师！我还得多学习学习”、“我勤个豆！谢谢师兄！谢谢水水老师”。学生态度积极、学习能力强，与老师配合默契。

下图为学生反馈记录：



08 总结与 offer 展示

小文同学同学的案例充分证明了系统化培训和专业指导的价值。从最初的“完全没接触过生态策略”，到不到 30 天内获得多家中大厂面试机会并顺利拿到 soul 的 offer，小文同学的成长速度令人印象深刻。

目前小文已有多个面试在进行中（Lazada、货拉拉等），其中 soul 的二面面试官当场下了 offer，未来小文同学将要去 soul。



指标	数据
服务时长	约 30 天（进行中）
课程次数	3 次+（策略产品课）
Mock 面次数	多次
获得面试数	5 家 SHEIN/Soul/货拉拉/TikTok Shop/Lazada
一面通过	Soul 拿到 offer, Lazada 三轮面试中

