





袁雪儿

- **公司及职务：** 即时购科技有限公司 Head of Performance Marketing
- **参选类别：** 年度数字营销影响力人物

职业履历与核心职责

Instacart 全球效果营销负责人 (VP)

执掌集团每年超十亿美元级全球营销预算与战略规划

-  拥有商业分析和市场营销双硕士学位，目前担任全球即时零售巨头Instacart的全球效果营销负责人，超过十年横跨代理商、品牌方与平台方的全链路经验
-  曾于麦肯集团担任高级策略总监，带领10多人团队服务三星、Bose、西门子、Nike、玛氏等全球顶级品牌，在效果驱动与品牌增长层面创下多个行业标杆

创新体系与业绩增长

构建 All-in-One 自动化竞价体系

从营销与商业目标出发，定义以iROAS、CPA及用户转化价值为核心的竞价目标函数，并联合经济学、数据科学与MarTech团队，设计并落地一体化自动化竞价平台

搭建 SEM增量评估系统

为解决效果营销中“转化是否真实增量”的行业难题，我设计并主导了一套基于地理维度的SEM增量评估与市场实验体系，构建具备统计显著性的Geo-based实验框架，在部分区域实施广告“加码”或“关停”测试，系统衡量SEM在新用户获取、老用户复购及与SEO渠道之间的真实增量关系



120% +

2025年用户规模增长



45%

年度营销效率显著提升



SEM自动化竞价体系

年度广告投入支持

\$1.28 亿+

驱动增量GTV (2025)

\$2.78 亿

新增激活用户 / 曝光量

127万 / 8.1亿



全球品牌经典案例

三星全球新品同步上市

北美市场首发销量达成率

139% 突破

Nike Hyper-Local模型

线下客流 / 线上参与度

+42% / +210%



行业方法论贡献

全景实效营销生态模型

被多家全球零售企业写入

官方营销手册

行业价值主张

推动营销角色系统性转变

成本中心 → 增长引擎

在Instacart, 主导构建了全球首个基于实时交易数据的SEM自动化竞价体系, 支持年度超过1.28亿美元的搜索广告投入, 仅2025年就通过SEM驱动2.78亿美元的增量GTV、127万新增激活用户, 曝光量达8.1亿, 实现2.2倍的增量ROAS。这一系统被行业视为零售科技效果营销的标杆范式。

在麦肯期间, 我带领团队为三星电子打造“全球新品同步上市数字共振计划”, 为Nike设计的“Hyper-Local消费者激活模型”, 极大提升了客流及销量增长。

我提出的“全景实效营销生态模型”已被写入多家全球零售企业营销手册, 通过行业白皮书、全球营销峰会主题演讲, 推动效果营销从“成本中心”向“增长引擎”的系统性转变, 为行业建立了可复用的评估框架与优化路径, 持续引领数字营销向数据驱动、智能决策的新阶段演进。

**Lynn Xu**

麦肯广告 EVP

“Cher在麦肯期间展现了卓越的战略领导力与数据化思维。她主导的三星全球数字共振项目不仅帮助客户实现市场份额跨越式增长，其提出的“D-REAL营销模型”更成为集团内部培训范本，影响了超过50个国际品牌的营销策略。她兼具数据严谨性与商业前瞻性，是行业少有的能将效果量化与品牌价值深度融合的顶尖人才”

**李佳莹**

万象博联 副总经理

“袁雪儿与我有过多年的合作，在效果营销领域的体系化构建能力令人印象深刻。她主导的“All-in-One及SME自动化竞价体系”被多家零售企业列为战略级工具，其推动的行业计量标准已覆盖超200家企业。她不仅实现了平台千亿级GMV的增长突破，更通过方法论输出、行业白皮书，持续推动营销科学化进程”