

祝 婷

18309146035 | zhu_ting2025@163.com



教育背景

华中师范大学心理学院	心理学 (硕士)	2024.09-2027.06
- 主修课程：用户研究与产品设计、多元统计及应用、心理学研究方法 - 研究生国家奖学金、一等学业奖学金；以一作身份于SSCI、CSSCI期刊各发表论文一篇		
华中师范大学心理学院	心理学 (本科)	2019.09-2023.06
主修课程：实验心理学、心理统计学、SPSS基础及应用、心理测量学、社会心理学		

实习经历

快手 生活服务事业部 用户研究实习生	2025.09-2026.02
【工作内容】深度参与快手生活服务板块全链路用户研究工作，围绕C端体系化监测、分销业务增长、内容生产及履约体验等场景，综合使用问卷调研、用户访谈、KANO模型等多类研究方法，输出专业研究报告，支持业务策略优化。 - 达人增长研究：基于增加平台优质内容、拓展带货达人规模的目标，对平台未入驻分销的POI内容创作者开展调研；拆解达人内容能力、入驻意愿等，识别高潜达人284w+，定位认知不足、创作能力欠缺、入驻路径模糊三大核心卡点，输出分人群的平台撬动策略。 - 功能需求调研：配合分销业务融合AIGC新业态，进行达人开通“智能授权”功能意愿度调研，提炼已开通/关闭/未开通三类典型达人画像及核心诉求，定位功能入口深、价值认知不足等关键问题，输出入口优化、权益表达及功能引导方向建议。 - AI内容策略调研：为优化AIGC视频内容策略，提升内容生产效果，拆解交易榜TOP50视频，从素材类型、视频结构、卖点表达等维度分析内容规律，沉淀高转化视频方法论，为AIGC素材建设、内容发布策略提供依据。 - 体系化监测分析：连续5个月独立完成NPS月度监测项目，独立完成问卷投放、回收与数据分析，每月回收有效样本5000+，持续跟踪用户体验水位，搭建数据看板，为平台品牌建设提供数据支撑。	
小米 互联网事业部 AI产品经理实习生	2026.03-2026.06
【工作内容】负责小米浏览器 AI 搜索相关产品建设与优化，围绕浏览器 AI 化升级、垂类 Agent 接入与 AI 内容分发等方向开展产品迭代，提升 AI 搜索渗透率与用户体验。 - 高端版AI改造：针对浏览器 AI 能力入口分散、结果表达弱的问题，调研夸克、百度等竞品方案，主导高端版方案设计与落地，推动 AI 工具集聚合及 AI+网页结果融合，人均搜索次数提升25%，整体搜索量级提升19%。 - 影视综Agent接入：针对影视综搜索场景下传统结果满足度不足的问题，梳理用户意图下的 Agent 调用逻辑与能力接口，制定搜索侧接入方案并完成结果页设计落地，验证 Agent 结果在部分场景下对基础搜索结果的替代能力。 - AI日报分发策略：针对用户对时效性信息及 AI 搜索认知不足的问题，参与 AI 日报上线与 Push 分发策略设计，优化投放节奏与触达策略，并上线播客功能及新闻落地页，日均为 AI 搜索引流 6w+ 用户。	

项目经历

微信读书 AI 陪伴式阅读功能产品设计 腾讯产品经理未来创造营	2026.02-2026.03
【项目背景】针对线上阅读场景中“囤书多、阅读完成率低”的普遍痛点，传统打卡、社交激励等外部手段效果边际递减，探索AI技术在阅读过程陪伴干预的落地价值，助力提升用户阅读完成率与留存。 - 用户调研：通过定量问卷（268份）和用户访谈（4人）分析用户中途弃读原因，提炼出认知型、价值型、节奏型、注意力型4类阅读放弃卡点，划分3类目标用户画像，梳理完整用户流程，明确AI陪读介入场景。 - 竞品分析：对标掌阅、得到等阅读类产品进行分析，从AI能力、介入阶段、痛点解决方式等维度分析，发现行业产品多聚焦内容总结、问答解释，缺少阅读过程陪伴与行为干预能力，明确“过程式陪伴”的差异化方向。 - 功能设计：围绕“目标设定-过程陪伴-卡点诊断-路径调整-成就反馈”设计AI陪读方案，规划4大核心功能点；结合停留时长、翻页速度、回翻次数、划线笔记等阅读行为数据，实现卡点识别与个性化阅读路径调整。 - 项目产出：输出完整产品方案，明确“从用户找AI到AI找用户”的陪伴型阅读产品定位，为微信读书AI能力探索提供设计参考。	

相关技能

- 综合能力：用户调研、需求分析、A/B test、竞品分析、用户画像、可用性测试、桌面研究、KANO模型
- 软件技能：SPSS、Office办公软件（Excel透视表、VLOOKUP函数等）、Xmind、Figma、SQL基础查询、AI工具