

火龙果讲堂：

- 一线专家
- 案例回顾
- 经验分享

产品运营的那点事儿



分享改变世界

张恒

本讲座语音实录：uml.org.cn 的讲座吧



产品运营的那点事儿

• 典型问题：

什么是产品运营？

运营的本质是什么？

产品运营人员的价值何在？

产品人员的未来的发展路径？

进阶部分：

营销达人

产品素养

社交网

策划及BD

媒介

数据达人

信息达人

创新性及强大的执行力

什么是产品运营？

- **产品：**

提供给市场，被人们使用和消费，并能满足人们某种需求的任何东西，包括有形的物品、无形的服务、组织、观念或它们的组合。

产品：Product **运营**：operation

- **运营：**

运营就是对运营过程的计划、组织、实施和控制，是与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称。

互联网产品

- **互联网产品：**

互联网产品就是指网站为**满足用户需求**而创建的用于运营的功能及服务，它是网站功能与服务的集成。

- 1 软件而非实物
- 2 运行在远端服务器上或云里
- 3 满足互联网用户需求和欲望的无形载体

互联网产品运营

- **互联网产品运营：**

产品运营就是是基于**互联网产品**，以

1 最低的预算

2 最优的路径

3 最高效的执行

4 最有效的手段

- 吸引大批**忠实用户**，建立产品在市场上的**竞争壁垒**，并最终取得产品市场成功的过程。

运营人员的工作

如何让产品融合着**大众以及运营的需求**？



运营人员的理想状态

- 产品运营和产品经理两者是相辅相成的：
- 产品运营人员应该具备产品化的思想

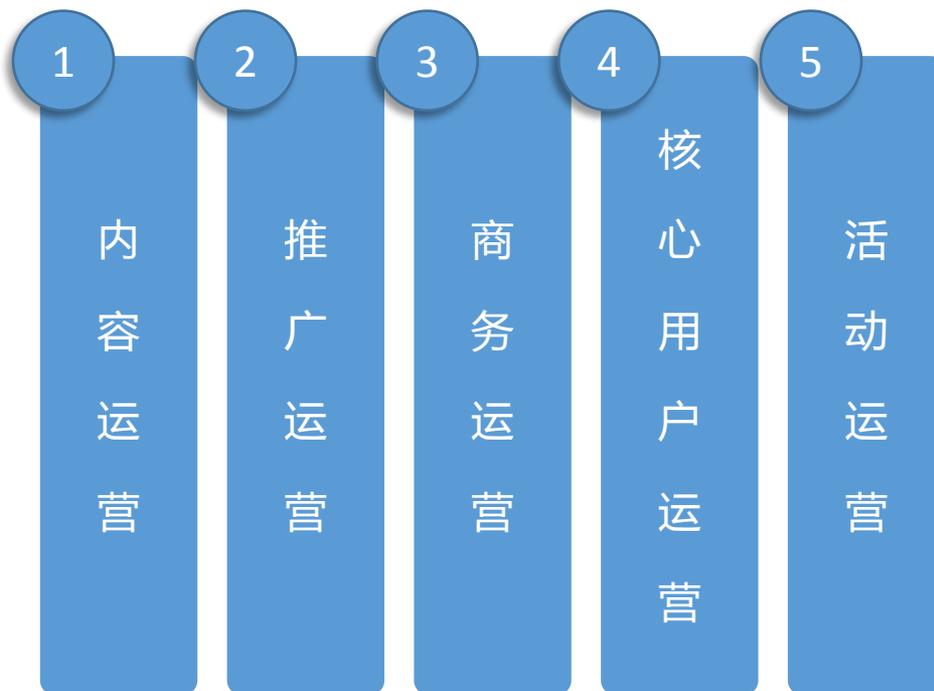
——运营产品化

- 而一位好的产品经理也应该具备运营化的思维

——产品运营化

运营的本质是传递产品价值

- 纷繁复杂的产品运营e.g.社区网站：



每个人的工作方式以及背负的考核目标都有巨大的差异性。

运营人员在产品周期中不同的角色

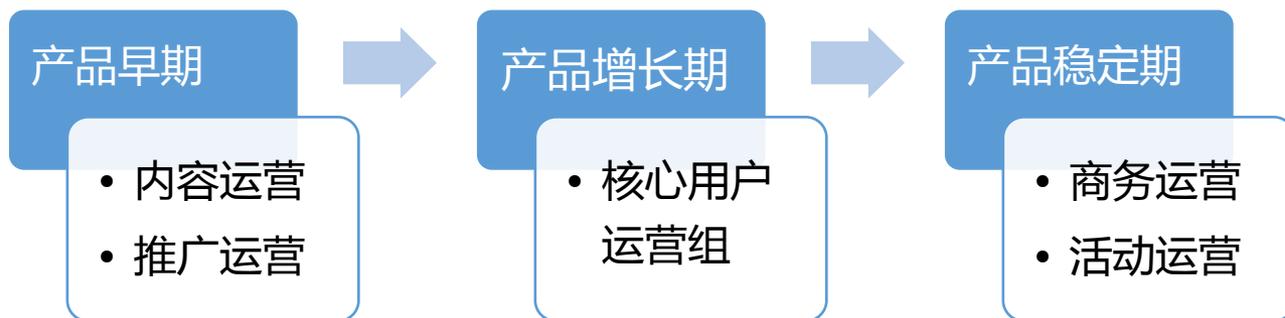
- e.g.内容运营：

内容运营这个职位上面，不同的公司给出的定义也是不一样，**同一个产品的不同周期**对其的要求也是不一样的。

- 1 产品早期：运营优质的内容
- 2 产品发展期：引导用户生产优质内容
- 3 产品稳定期：审核并维护社区氛围

产品周期中运营的组成

- 产品发展期间如何组建运营团队：



互联网公司的运营属性

新浪微博

偏媒体营销

- KPI是用户活跃度

腾讯

偏互动营销

- 有专门的产品互动中心

阿里

偏BD合作

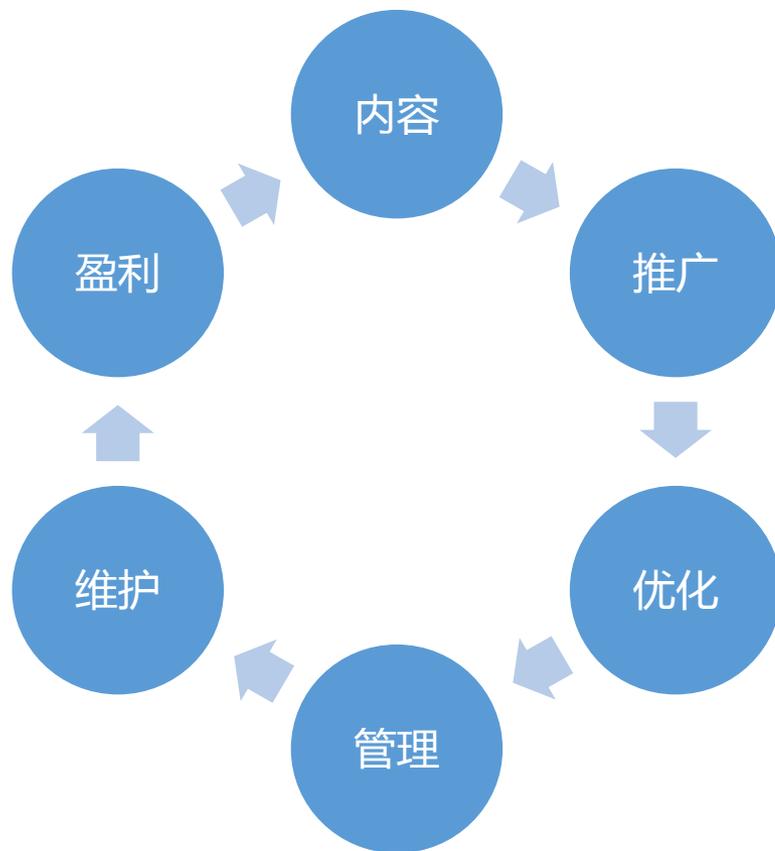
- KPI是交易额

人人网

植入营销

- 注重广告收入

产品运营的标签



产品运营的本质

- **产品运营的本质：**

产品运营人员所做这一切本质上都是在围绕着同一个点**传递产品的价值**在走。

理解产品 理解用户 提升自我

- 产品运营是通过加深对产品理解、对用户理解的同时，通过提升自我素养而唤醒一个产品的灵魂

产品运营人员的价值何在？

- 产品运营人员经常流窜于产品、技术等部门，为产品部门提供市场一手需求资料，为技术部门反馈系统问题。



产品氛围的掌控者

- 微薄→转发、评论→赞、收藏→阅读数
- 贴吧、论坛→跟贴、浏览量
- **什么是氛围？**
- 知乎：一个真实的网络问答社区。
- **氛围如何体现？**
- 有高质量的提问/有高质量的回答→有赞同/有反对→有评论/有私信

用户情绪的管理者

- **情绪引导：**
地震、钓鱼岛等公众事件
- **消除情绪：**
服务器被黑，产品出bug
- **危机公关：**
隐私泄露、帐户余额被盗用

用户需求的搜集者

- **用户需求反馈方式：**

A：用户在网站上的行为

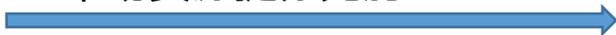
B：运营人员与核心用户的沟通

C：YY出来的调查问卷

- 产品的好坏，用户只会**用脚投票**。

产品声誉的缔造者

- 市场资源捉襟见肘
- 推广经费弹尽粮绝



- 1 BD合作：品牌提升
- 2 用户：种子用户→核心用户
- 3 创意活动：口碑
- 4 危机处理

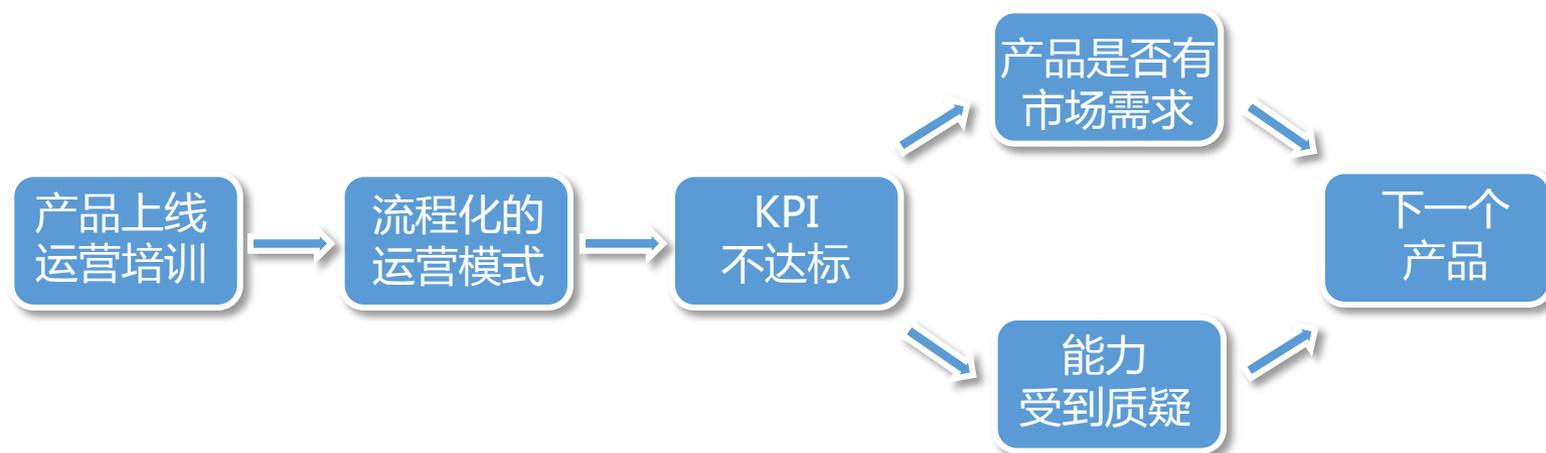
商业模式的探索者

- **商业模式：**
公司通过什么途径或方式来赚钱。
- 商业模式清晰：A、验证已有模式
- B、为寻求新的商业模式提供数据；
- 商业模式模糊（先占市场）：A、洞悉目标市场
- B、维系客户关系

产品人员的职业晋升之道

- 1 针对产品上线搞个活动推介；
- 2 写软文投放到相应的媒体宣传平台；
- 3 针对产品做一些SEO优化；
- 4 转发送礼品增加注册量跟活跃度；
- 5

造成的现状



运营新改变

对产品认知度只有60%的运营人员传递出来的**产品价值**必然是不被公众接受的



运营人员对产品有80%的了解



基于了解传递80%的产品价值



公众产品认知度：64%



产品不断优化



项目受到认可

运营人员地位的跃升

- 1 运营人员在整个团队中的地位将得到质的跃升，从一个idea开始与整个团队并肩作战，而不是路上甲乙丙丁。
- 2 产品运营人员将参与整个产品的设计当中，让运营思维能贯穿整个产品开发。
- 3 产品形态不仅融合着大众的需求也融合着运营的需求。

市场认可

- iXDC

- Pmcaff

- UPA

- 站酷

- UCDchina

- 51CTO

分享、交流、指导

- 产品经理

- 程序员

- 设计

?



产品运营

运营人员的工作

工作内容差异非常大

部分运营手段偏灰色地带

山寨的兴起对运营的依赖

大多数人眼中的产品运营？

1

运营的职位细节职责清晰，就同一个职位交流的机会越来越多，催生更多的主题分享，甚至一些组织；

2

偏灰色地带的运营方式将没有生存空间；

3

律的规范跟行业的自律，优秀的运营人员将会逐步告别这个行业；

运营人员职位发展趋势

地位的跃升

在项目团队中越来越受到重视

市场认可

对运营人员的工作越来越认可

工作环境、内容的改善

工作越轻松

待遇的提升

这个依老板的眼光而言

多贝运营：多贝是什么？

- Question:**
- 多贝是什么？
 - 多贝提供什么样的服务？
 - 多贝能带给老师带来什么？
 -诸如此类的问题

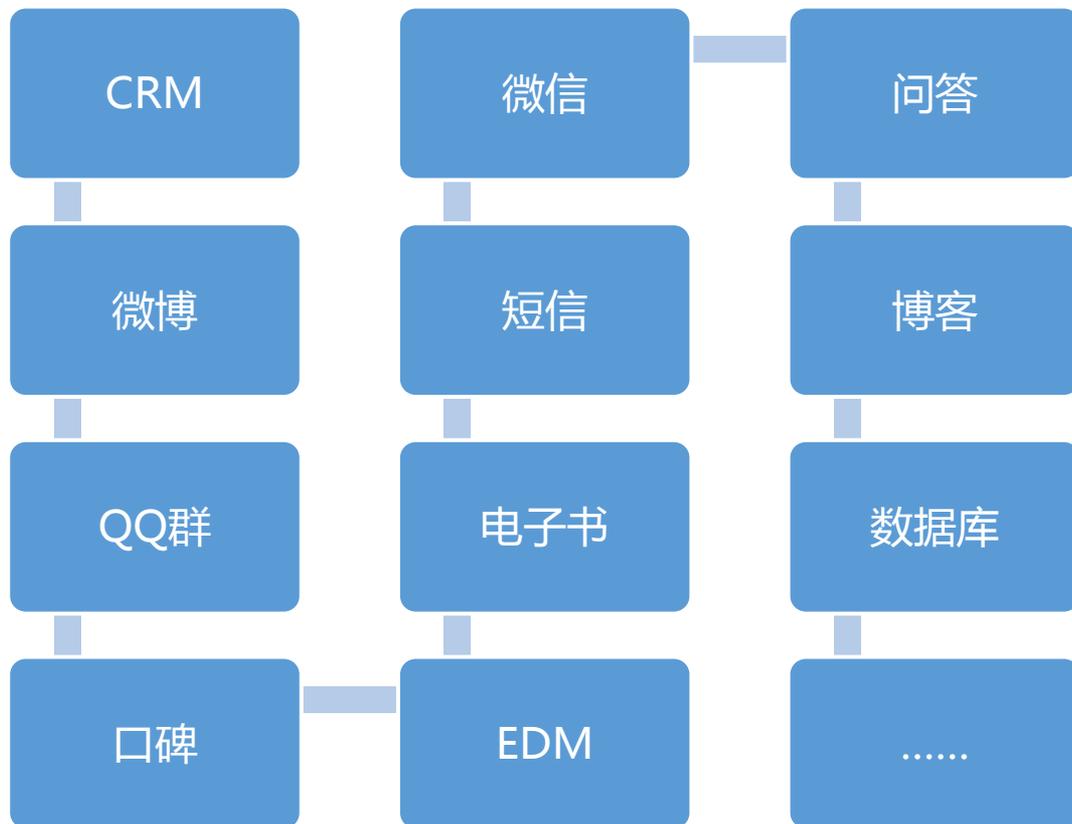
多贝沟通：老师的反馈

1.怎么创建课程？	0%	5%	20%
2.可以详细的聊一下吗？	0%	10%	20%
3.现在没有时间过几天再聊？	10%	15%	20%
4.	90%	70%	40%

同一个答案永远没有办法满足所有人的需求：



营销达人



哪些能力有助于提升产品素养?



产品运营人员如何构建自己的社交网？

手机通讯录

QQ

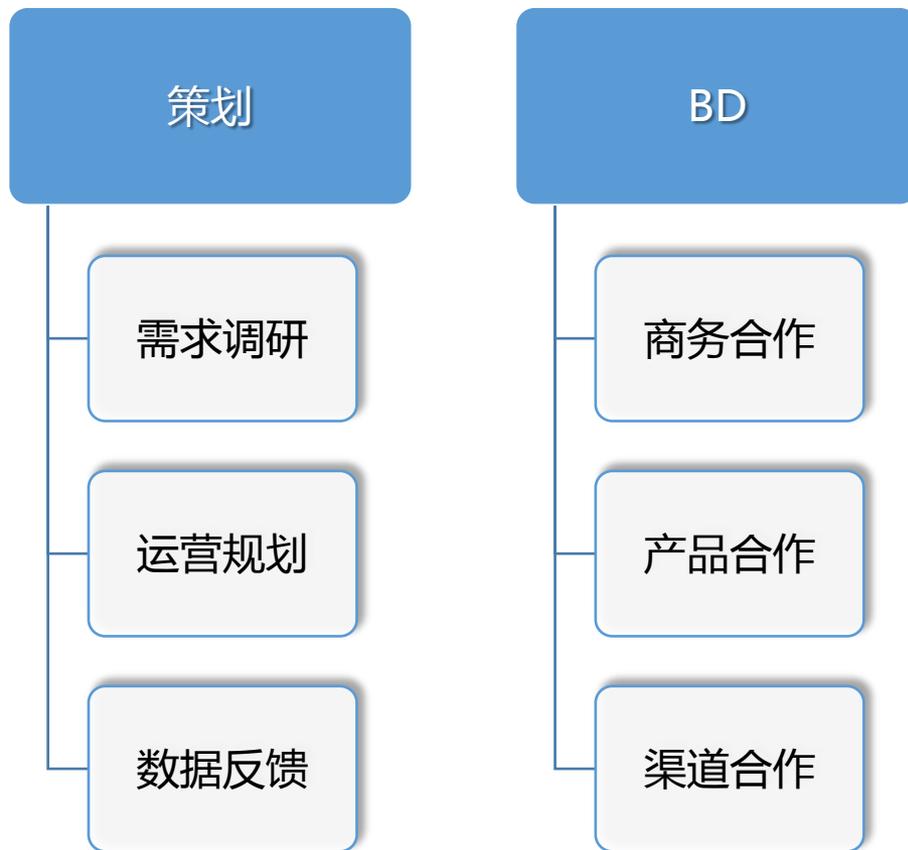
微信

微博

校友/老乡/线下聚会/私人饭局/.....



策划及BD



媒介

良好的媒介关系

媒介分析

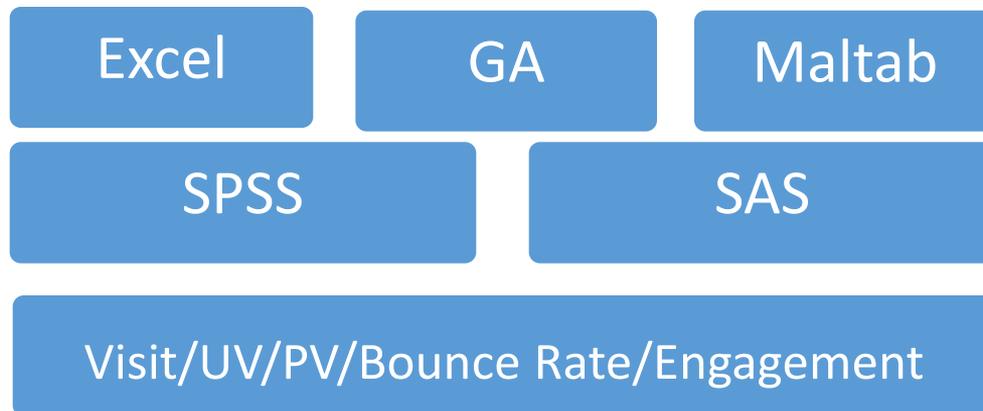
话题策划

文案，软文

媒体引爆点

效果监测

数据达人



人群属性

多页

性别比例



年龄分布



职业分布



学历分布



粉丝质量分析



活跃粉丝 77.50%
普通粉丝 22.50%

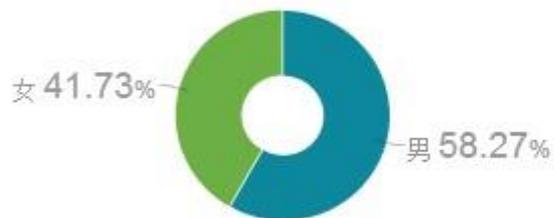


互动粉丝 5.27%
普通粉丝 94.73%

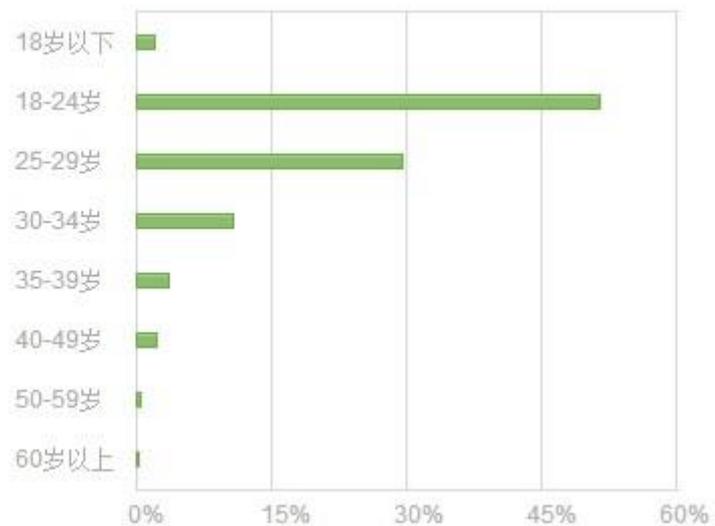


V认证 2.43%
达人 15.30%
普通粉丝 82.28%

性别



年龄



信息达人

竞品

- 现有竞品的比较分析
- 未来各自的发展趋势

行业

- 社会头条
- 圈子头条

产品

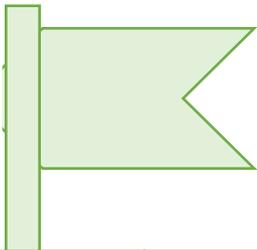
- 老师的反馈
- 学生的反馈

创新性

执行力

交流时间





讲座

8月17日 构建有效的云计算应用

8月31日 如何领导高效的测试团队

QQ群

286721521(产品经理)

更多...

uml.org.cn 文章, 文档, 课程