

《大数据下的用户需求挖掘和用户关系运营》

主讲：韩迎娣

【课程背景】

现在的社会是一个高速发展的社会，科技发达，信息流通，人们之间的交流越来越密切，生活也越来越方便，同时也会释放出庞大的数据能量，大数据就是这个高科技时代的产物，大数据并不在“大”，而在于“有用”。价值含量、挖掘、应用比数量更为重要。对于用户日益增长的个性化需求，需建立一个多维度的用户画像，才能够做到“大数据比你自已更了解你自己”，大数据的场景让服务者重新理解用户，把产品自身、服务与用户形成强关系，给予用户的是全场景体验与内心价值认同。

课程将以大数据用户分析与关系运营切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员理解大数据的用户行为洞察是从哪些角度？如何通过大数据理解用户、用户需求？大数据下的用户场景该怎么构建？如何跟用户黏在一起，如何经营好用户关系？使学员学之解惑，学之能用，实现企业新的经营增长突破点。

【课程收益】

- 了解大数据特性，现状，大数据下的用户心态、行为洞察
- 学会用大数据来认识用户，用户行为特点及需求捕获
- 学会用大数据分析来深层次理解用户需求，并进一步挖掘用户潜在需求
- 学会用大数据来构建用户关系
- 学会用大数据来运营用户关系，让用户达成深度交互与参与

【课程特色】 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】 经理、主管、用户运营人员、用户营销人员

【课程时间】 6小时

【课程大纲】

一、大数据与用户行为洞察

1、大数据应用现状与特点

2、大数据技术图谱

3、大数据下的用户展现

4、用户心态与行为洞察

- 地域差异
- 真相加偏好
- 大道理不再信服
- 社会化多面人设
- 隐形 X 人口
- 算法行为对策
- 知识青年演进
- 线下确幸参与

5、数据解析，洞察真实兴趣与社交关系

6、追逐流量到流量价值变现

案例：

二、学会用数据认识你的用户

1、用户特点

- 用户结构
- 用户特点
- X、Y、Z 世代
- 消费能力分析
- 消费心态分析

2、用户画像

- 用户信息标签化
- 用户画像消费场景
- 用户画像标签体系
- 标签化构建多维场景
- 标签化构建多维用户画像

3、用户营销与行为分析

- 用户分群
- 定位营销目标群体
- 用户行为分析模型
- 让用户乐于传播

4、用户生命周期管理

5、用户与应用场景关系

6、旅行用户特征与航空旅客洞察分析

案例与互动分析：

三、大数据下的用户需求挖掘及需求预测

1、大数据分析与数据挖掘

- 业务场景
- 数据建模
- 挖掘算法
- 相关分析

2、大数据应用场景及场景解析

3、构建用户需求场景

4、场景进阶：带动更多场景革新与用户深层需求

5、真实内容，链接用户群体

6、多维用户群体数据洞察与分析

7、大数据的用户需求预测

案例分析讨论与讲解

四、大数据下的用户增长与用户关系运营

1、用户增长系统

- 用户增长框架
- 用户生命周期
- 用户 AARRR 体系

2、用户关系构建与管理

3、用户关系运营的本质

- 4、找到用户突破口**
- 5、回归用户场景与体验**
- 6、服务用户的产品价值与产品力**
- 7、打好年度大事件的关键战役**
- 8、进入用户的圈层**
 - 做好用户分层
 - 打造用户圈层
 - 和用户黏在一起
 - 和用户共同创作
- 9、与多元用户达成情感共鸣**
 - “懂我”的快乐
 - 个性化创制
- 10、精进 IP 内容营销**
- 11、运用交互技术升级用户体验**
 - 识图提升定向能力
 - 体验 AI 交互乐趣
- 12、盘活、用好数据资源**
 - 放大数据价值
 - 人群定向新思路

[案例分析讨论与讲解](#)