

《互联网用户标签应用实践》

主讲：韩迎娣

【课程背景】

互联网及移动互联网的快速发展，用户、市场、产品、商业模式的不断变化，使人们眼花缭乱，企业提供的服务或产品，早已从之前的“产品卖点”核心转向“一切围绕用户”来提供个性化服务，如何满足海量用户的个性化需求？用户标签及标签体系成为用户画像、精准营销、个性推荐、智能投放等等各种场景的基石

课程将以用户标签体系为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员重新认知标签，认知用户标签体系？用户标签体系到底谁来做？用户标签怎么打？哪些维度标签？如何建立成熟的标签体系？标签体系对运营、营销主要价值体现在哪些方面？企业如何根据所学来设计符合自身的用户标签体系来提升价值？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】

- 初识标签，标签架构，标签应用的疑惑与问题，标签的应用体系、维护与迭代
- 标签的数据、应用与功能的关系，如何通过数据来认识用户
- 学会用户标签体系来链接内容、产品，做精准运营
- 学会用户标签分析用户行为特征、需求、实现个性化千人千面，精准营销
- 学会用户故事地图来厘清用户、场景、需求的关系

【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】董事长、总裁、总经理、常务副总经理、总裁助理等高管人员

【课程时间】6小时

【课程大纲】

一、从0-1构建用户标签体系

1、思维创新

2、初识标签

- 标签是什么？
- 标签是如何产生的

3、标签体系，到底谁来做？

4、标签体系的架构

5、标签体系困惑与问题

- 标签定义基于谁？
- 标签的更新与维护
- 新增需求
- 需求冲突
- 数据输出

6、标签的应用体系

- 业务场景倒推标签需求
- 标签自动化
- 标签迭代
- 标签管理机制

7、标签体系的数据层

- 数据源
- 数据处理

8、标签体系的功能层

- 标签生命周期管理
- 标签可视化

9、标签体系的应用层

- 用户画像
- 精准营销
- 个性化推荐
- 第三方应用

案例：

二、如何通过标签体系实现精准运营

1、用户特点

- 用户结构
- X、Y、Z 世代
- 消费能力分析

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

3、用户标签去噪与计算框架

- 过滤噪声与热点惩罚
- 批量计算框架
- 流式计算框架

4、内容分析与精准匹配

- 内容画像与标签
- 构建文本特征
- 语义标签
- 匹配机制

5、内容生产、推荐与分发

6、推荐效果产生的影响因素

7、评估分析

练习：用户故事地图

三、如何通过用户标签实现精准营销

1、用户标签的梳理

- 用户的行为路径
- 用户标签的分类
- 用户模型标签

2、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

3、用户增长系统

- 用户增长框架
- 用户生命周期
- 用户 AARRR 体系

4、经营用户

- 需求挖掘
- 拉新
- 留存
- 转化
- 流失

5、精准营销应用场景

- 精准推送
- DSP/DMP
- 营销活动
- 活动场景化

6、用户与场景营销

7、用户故事地图