

《APP 精细化运营技巧》

讲授专家：李勇

培训对象：1、希望学习 APP 电商运营的人士；
2、企业内与产品、客户接触的管理、营销、服务人士；
3、企业内从事营销与服务工作的相关人士；
4、希望开展平台运营的企业相关人员；

课程时间：2 天 (12 小时)

课程背景：

- 互联网发展到现在，每一个领域都有不少相同或相似的产品或平台。决战红海，用户为王，可是人海之中，用户在哪？怎么长期留住用户？用户流失了怎么办？是运营！
- 平台从 0 到 10000 的运营该如何规划？层出不穷的渠道、方法该怎么去合理有效的为我所用？那些刷爆朋友圈、直击心扉的运营活动是如何策划的？如何让 APP 平台中脱颖而出，成为了崭新的探索领域。

本课程亮点：

- APP 平台竞争极为激烈，在各大网络平台都存在的情况下，如何能让我们的平台脱颖而出，根据产品的定位，如何做好竞争对手的数据分析、如何做好运营策略，如何掌握活动运营，用户运营，渠道运营中的各项数据的分析方法，本课程将详细介绍以上部分，理论结合实际案例，课程落地性极强。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解 APP 平台运营的基础方法；
- ◇ 掌握 APP 平台用户数据运营的策略；
- ◇ 掌握 APP 平台数据管理和渠道运营的策略；
- ◇ 掌握并了解数据分析的方法和工具以及数据报告的撰写；

课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	走进 APP 平台运营	1、了解 APP 商业模式，读懂运营本质基础。 2、什么是运营？我们该运营什么？四步运营法则。 3、运营团队的岗位分工与工作职责 4、平台运营需要具备的能力和素养 5、AARRR 增长黑客的思维解析 6、APP 思维下的运营模型	本单元让学员了解运营的基础知识
单元二	运营方法论概述	1、通过 3P 理论深入了解运营 2、通过产品分析、用研等方法来确定运营指标的方法。	对运营的流程

		<p>3、运营中的人性考量</p> <p>4、运营工作中六个坑</p> <p>案例：通过答案奶茶，这儿养车，洁神干洗等 O2O 模式如何设定运营指标，如何做好运营策略</p>	和基础方法有一定的了解，并对工具有一定了解
单元三	APP 的活动策划	<p>1、什么是活动运营和内容运营？</p> <p>2、APP 活动运营中的四步法</p> <p>1) 活动主题策划</p> <p>2) 活动具体投放渠道和方式</p> <p>3) 活动如何触发</p> <p>4) 活动如何控制与复盘</p> <p>3、活动运营策划的要点是什么？</p> <p>4、常见营销活动解析</p> <p>1) 事件营销</p> <p>2) 裂变营销</p> <p>3) 借力营销</p> <p>4) 直播营销</p> <p>5)</p> <p>5、运营的热点、时事的敏感度以及借势</p> <p>6、内容运营中 10 个营销常见的用户心理效应</p> <p>7、文案中的常识陷阱。</p> <p>案例详解：如何做好一个引爆 APP 的产品营销活动。包括拼多多，京东到家等案例。</p>	学习和了解做好活动运营的方法，流程与工具
单元四	APP 活动如何落地推广	<p>1. 线下营业厅该如何配合活动选择落地场景</p> <p>2. 线下营业厅该如何配合活动设定好流量入口</p> <p>3. 线下营业厅及相关线下资源该如何就独立活动与线上平台做融合营销</p> <p>4. 如何通过微信做好线下营业厅流量池的准备</p> <p>5. 如何通过线下实现活动裂变</p> <p>1) 裂变营销：从 1 个老用户到找来 5 个新用户</p> <p>2) 裂变技巧一：APP 裂变</p> <p>3) 裂变技巧二：微信裂变</p> <p>4) 裂变技巧三：线下裂变</p> <p>6. 活动方案的制作</p>	学习和了解做好活动运营在线下渠道该如何配合和推广变现
单元五	APP 平台关于用户的数据运营	<p>1、用户运营包含的内容：拉新，留存，促活</p> <p>2、客户获取分析</p> <p>3、客户激活响应与偏好分析</p> <p>4、客户保有与流失分析</p> <p>5、客户标签获取与价值分析</p> <p>6、用户运营策略该如何实施</p> <p>7、种子用户的挖掘与培养</p> <p>8、如何对用户运营做效果评估</p> <p>9、用户运营中的 7 个建议</p> <p>1、案例：老树新花，如何做好用户运营</p>	了解什么是用户的数据运营，并掌握用户标签的打法和运营的策略方法