

# 《B 端产品市场运营》

讲授专家：李勇

**培训对象：**1、希望学习产品运营的人士；  
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 B 端运营的企业相关人员；

**课程时间：**2 天 (12 小时)

## 课程背景：

- 如今，各行各业尤其是企业客户端，都出现了运营的岗位，每一个领域都有不少相同或相似的产品或 B 端。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！

## 本课程亮点：

- 新时代竞争极为激烈，如何能让我们的 B 端脱颖而出，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 B 端运营的基础方法；
- ◇ 掌握 B 端用户数据运营的策略；
- ◇ 掌握 B 端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；
- ◇ 掌握并了解产品生态运营的策略；

## 课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	走进产品 B 端运营	1、了解商业模式，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、B 端运营需要具备的能力和素养 5、AARRR 增长黑客的思维解析 6、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	B 端产品运营方法论概述	1、通过 4P 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。 3、运营中的人性考量	对运营的流程和基础方法有

		<ul style="list-style-type: none"> <li>4、运营工作中六个坑</li> <li>5、B端产品运营应该注意的关键点解析</li> </ul>	一定的了解，并对工具有一定了解
单元三	B端产品内容运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、内容生成技巧</li> <li>2、开头与结尾</li> <li>3、正文布局</li> <li>4、图片优化：图片版式的应用与安排</li> <li>5、情感，内容和形式的打造</li> <li>6. 标题原则：熟练掌握提升效果               <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 富有价值感</li> <li>2) 展现实用性</li> <li>3) 体现差异性</li> <li>4) 制造紧迫感</li> </ul> </li> <li>7. 标题作用：优秀软文积极互动               <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 迎接读者要求和喜好</li> <li>2) 优化引擎收录和检索</li> <li>3) 完成推送目的和诉求</li> <li>4) 标题设置：10种方式决定流量</li> <li>5) 关键词植入：高曝光率和转载率</li> </ul> </li> </ul>	学习一个合格的产品经理该如何去做内容运营
单元四	B端用户的用户运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、用户运营包含的内容：拉新，留存，促活</li> <li>2、客户获取分析，包括SEO,SEM,网络自媒体，短视频平台等获取客户的手段进行一一分析。</li> <li>3、客户激活响应与偏好分析</li> <li>4、客户保有与流失分析</li> <li>5、客户标签获取与价值分析</li> <li>6、用户运营策略该如何实施</li> <li>7、种子用户的挖掘与培养</li> <li>8、如何对用户运营做效果评估</li> <li>9、用户运营中的7个建议</li> <li>案例：老树新花，如何做好用户运营</li> </ul>	了解什么是用户运营，并掌握用户标签的打法和运营的策略方法
单元五	产品的渠道运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、什么是渠道运营和活动运营？</li> <li>2、活动运营策划的要点是什么？</li> <li>3、运营的借势能力</li> <li>4、运营的热点、时事的敏感度</li> <li>5、不同渠道属性的解析</li> </ul>	学习和了解如何做好渠道运营的方法和工具
单元六	产品品牌运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 什么是品牌？</li> <li>2. 品牌运营的十二法则</li> <li>3. 品牌的大局思维</li> <li>4. 品牌运营策划案例分析</li> </ul>	学习和了解怎样做好产品的品牌运营策略
单元七	B端产品数据的业务指标	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 如何理解业务指标</li> <li>2. 常用的业务指标有哪些               <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 用户数据指标</li> <li>2) 行为数据指标</li> <li>3) 产品数据指标</li> <li>4) 推广付费指标</li> <li>5) 客户服务指标</li> </ul> </li> <li>3. 如何选择指标</li> <li>5. 指标体系和报表</li> </ul>	学习和了解怎样做好产品的数据规划
单元八	B端产品具体分析方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、5W2H分析方法               <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 什么是5W2H分析方法</li> <li>2) 5W2H分析法可以解决那些问题</li> </ul> </li> </ul>	学习和了解怎样做好产品中具体的数据分

		<p>2. 逻辑树分析方法</p> <p>1) 什么是逻辑树分析方法，适用于何种场景？</p> <p>2) 如何使用逻辑树分析法</p> <p>3. 行业分析方法</p> <p>1) 什么是行业分析方法？适用于何种场景？</p> <p>2) 如何使用行业分析方法</p> <p>4. 多维拆解分析方法</p> <p>1) 什么是多维拆解分析方法？适用于何种场景？</p> <p>2) 如何使用多维拆解分析方法</p> <p>5. 对比分析方法</p> <p>1) 什么是对比分析方法？适用于何种场景？</p> <p>2) 如何使用对比分析方法</p> <p>6. 假设检验分析方法</p> <p>1) 什么是假设检验分析方法？适用于何种场景？</p> <p>2) 如何使用假设检验分析方法</p> <p>7. 相关分析方法</p> <p>1) 什么是相关分析方法？适用于何种场景？</p> <p>2) 如何使用相关分析方法</p> <p>8. RFM 分析方法</p> <p>1) 什么是 RFM 分析方法？适用于何种场景？</p> <p>2) 如何使用 RFM 分析方法</p> <p>9. AARRR 模型分析方法</p> <p>1) 什么是 AARRR 模型分析方法？</p> <p>2) 如何使用 AARRR 模型分析方法</p> <p>10. 漏斗分析方法</p> <p>1) 什么是漏斗分析方法？适用于何种场景？</p> <p>➤ 2) 如何使用漏斗分析方法</p>	析方法
--	--	---	-----