

# 《产品精细化运营技巧》

讲授专家：李勇

**培训对象：**1、互联网时代，希望学习互联网电商运营的人士；  
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：**1天(6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？如何让互联网平台中脱颖而出，成为了崭新的探索领域。

## 本课程亮点：

- 互联网平台竞争极为激烈，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：

- ◇ 了解互联网平台运营的基础方法；
- ◇ 掌握互联网平台用户数据运营的策略；
- ◇ 掌握互联网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	走进互联网平台运营	1、了解互联网商业模式，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、互联网思维下的运营模型	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	互联网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>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
单元四	互联网平台数据运营与管理方法	<p>1、运营不是投放素材的搬运工</p> <p>2、运营管理中必须关注的十大数据维度：用户量、用户增长率、用户流失率、用户留存率、渠道转化率、MAU、DAU、变现转化率、回购率、人群画像分布以及 ROI。</p> <p>3、运营渠道效果提升的办法</p> <p>案例详解：渠道中数据管理的秘密</p>	学习和了解怎样做好产品活动运营和内容运营
单元五	产品的数据运营与渠道运营	<p>1、什么是活动运营和内容运营？</p> <p>2、活动运营策划的要点是什么？</p> <p>3、运营的借势能力</p> <p>4、运营的热点、时事的敏感度</p> <p>5、内容运营中 10 个营销常见的用户心理效应</p> <p>6、文案中的常识陷阱。</p> <p>案例详解：如何做好一个引爆互联网的产品营销活动。包括拼多多，京东到家等案例。</p>	学习和了解做好数据运营的方法和工具
单元六	产品互联网化运营要点	<p>1、如何让抖音走进运营体系</p> <p>2、如何借助事件营销打开传播</p> <p>3、如何用小程序+社群形成电话红包裂变</p>	学习和了解怎样做好产品的品牌运营策略