

## 互联网运营规划与执行

### 【课程背景】：

企业正面临着如下的挑战：

- 毫无目标的群发广告、到处张贴二维码、营销模式效果差、效率低、获客成本高。
- 用户获取信息广，停留时间短，仅靠产品本身很难吸引用户注意力。
- 大规模销售及促销，有销量无利润，而且流失率高。很难建立起长期盈利性的客户关系。
- 一味专注质量、功能、属性等，致力于产品的持续改进，却无法有效洞察消费者需求与变化。

通过一系列的手段把用户与产品连接起来，并为企业创造价值。通过课程的学习，学员可以掌握用户运营，内容运营，及活动运营的方式方法，并能根据产品的生命周期从拉新，活跃，留存，转化角度给出具体运营方案。

### 【课时】：1天

### 【课程收益】

1. 对互联网运营知识将有全面的掌握。
2. 找到企业营销存在的问题和瓶颈。
3. 对今后企业营销运营形成全面认知，加强统筹力。
4. 围绕着内容的生产和消费搭建起一个良性循环。
5. 通过内容运营低成本大量吸引客流。
6. 持续提升各类跟内容相关的数据，如内容的数量、浏览量、互动数、传播数等。
7. 全年活动统筹与不同时段的节奏把控。
8. 围绕一个或一系列活动的策划、资源确认、宣传推广、效果评估等，做好全流程的项目推进、进度管理和执行落地。
9. 明确活动的目标，持续跟踪活动过程中的相关数据，做好活动效果的评估。
10. 转化率、客单价、复购率的提高、获客成本降低等。
11. 围绕用户的新增-留存-活跃-传播以及用户之间的价值供给关系，建立起一个良好的循环。
12. 持续提升各类跟用户有关的数据，如用户数、活跃用户数、精英用户数、用户停留时间等。

### 【课程大纲】：

#### 一、运营体系搭建

1. 运营的本质是什么
2. 运营和营销的3个区别
3. 企业快速掌握运营体系如何搭建
4. 企业运营必备的4项能力
5. 运营专业词汇解析

#### 二、内容运营

包括定位产品内容格调、内容策划、制造热点话题，内容分类规划、内容价值挖掘、内容沉淀、内容分发与传播。

#### 三、活动运营

通过数据分析，针对需求和目标策划活动，以达到KPI的有效提升。活动具备传播性和互动性，可以转化新用户并活跃老用户，分为短期让利促销，和长期粘性参与。

#### 四、用户运营

1. 搭建与运营用户成长体系，进行用户分层、用户激励。
2. 搭建与运营积分体系和社区规则、对用户需求发掘、宏观用户画像绘制、进行用户感知等。
3. 为用户组织线上活动，丰富用户特权。吸引新用户、活跃老用户、唤回流失用户。

## **五、总结**