

《会员成长体系及用户活跃技巧(以优爱腾 B 等为例)-短剧公司》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在当前的视频行业竞争格局中，用户对于视频内容的需求日益多样化和个性化，会员服务 and 用户活跃度成为视频平台发展的关键因素。短剧公司作为其中的一员，需要不断优化其会员成长体系和用户活跃策略，以提升用户体验和平台竞争力。

优爱腾 B（优酷、爱奇艺、腾讯视频、哔哩哔哩）等平台在会员成长体系和用户活跃方面积累了丰富的经验，通过各种创新的方式吸引和留存用户。例如，通过差异化的会员权益、个性化的内容推荐、有趣的互动活动等手段，提高用户的参与度和忠诚度。

然而，短剧公司在这方面还面临一些挑战，如会员权益的吸引力不足、用户活跃度不够高、与用户的互动不够紧密等。因此，深入研究和借鉴其他平台的成功经验，结合自身特点进行优化和创新，对于短剧公司至关重要。

本课程将以优爱腾 B 等平台为案例，深入剖析会员成长体系和用户活跃技巧，为短剧公司提供有价值的思路和方法。

【课程收益】

- 1、深入了解会员成长体系的构建原理和方法，为短剧公司完善会员制度提供参考。
- 2、掌握多种提升用户活跃度的技巧和策略，有效增强短剧公司用户的参与度。
- 3、学习其他视频平台的成功经验，结合短剧公司的实际情况进行创新和应用。
- 4、分析短剧公司在会员成长和用户活跃方面的现状，找出问题并提出改进方案。

【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话，针对性指导

【课程对象】

短剧公司的产品经理、运营人员、营销人员

【课程时间】

1 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

一、会员成长体系概述

1、9:00 - 9:30 会员成长体系的概念与重要性

- (1) 解释会员成长体系的定义和内涵，强调其对用户行为的引导和激励作用。
- (2) 阐述会员成长体系对视频平台的价值，如用户留存、消费提升等，通过数据对比展示其效果。

成功案例分析：腾讯视频的会员等级制度如何激励用户持续消费和参与，详细分析其等级划分、权益差异和升级机制。

2、9:30 - 10:30 会员成长体系的构成要素

- (1) 详细介绍会员等级、权益、积分等关键要素，包括等级的晋升条件、权益的丰富多样、积分的获取和使用方式。
- (2) 讲解如何平衡各要素以达到最佳效果，如避免权益过度集中在高级会员，确保低级会员也有一定的吸引力。

成功案例分析：爱奇艺的会员积分兑换体系如何增加用户粘性，深入分析其积分获取途径、可兑换的丰富奖品以及对用户行为的影响。

10:30 - 10:45 休息

3、10:45 - 11:30 会员成长体系的设计原则与策略

(1) 深入分析用户需求导向、差异化服务等设计原则，结合用户心理和行为特点进行讲解。

(2) 探讨如何根据平台定位制定合适的策略，如针对不同类型的视频内容制定相应的会员策略。

成功案例分析：优酷根据不同用户群体设计的分层会员体系，分析其对不同年龄、兴趣爱好用户的精准定位和服务提供。

4、11:30 - 12:00 短剧公司会员成长体系的现状与问题

(1) 详细分析短剧公司当前会员成长体系的等级设置、权益内容、积分规则等方面。

(2) 评估现有会员权益的吸引力，如会员专属内容的质量和数量、观影特权、线下活动参与权等。

(3) 探讨会员等级晋升的难度和速度是否合理，是否能够有效激励用户提升等级。

(4) 分析积分系统的有效性，包括积分获取的难易程度和积分兑换的吸引力。

(5) 研究短剧公司与其他竞争对手在会员成长体系方面的差异和差距。

(6) 结合用户反馈和数据分析，指出可能存在的问题，如权益不够个性化、等级晋升缺乏吸引力等。

成功案例分析：短剧公司在某一时期推出的特别会员权益，成功吸引了一批新会员，但在后续维护和升级方面存在不足，导致部分会员流失。分析其成功的原因和后续问题产生的根源。

12:00 - 14:00 午休

二、用户活跃技巧

1、14:00 - 14:45 用户活跃的关键指标与衡量方法

(1) 详细介绍日活、月活、留存率等关键指标的定义和计算方法。

(2) 讲解如何通过数据分析工具和手段准确衡量用户活跃度，包括数据采集、处理和分析的流程。

成功案例分析：哔哩哔哩通过活跃用户数据优化内容推荐，深入分析其数据采集的渠道和方法、如何通过算法分析用户行为数据，以及如何根据分析结果进行精准的内容推荐。

2、14:45 - 15:30 内容策略与用户活跃

(1) 深入探讨优质内容的制作与推广对用户活跃的重要性，包括内容的选题、制作团队、宣传推广等环节。

(2) 讲解如何根据用户喜好和行为数据定制个性化内容，通过案例展示个性化推荐的效果。

成功案例分析：爱奇艺的爆款剧集如何带动平台用户活跃度，分析其在剧集选择、制作投入、宣传策略等方面的成功经验，以及对平台整体活跃度的提升效果。

15:30 - 15:45 休息

3、15:45 - 16:30 互动活动与用户参与

(1) 详细介绍线上线下互动活动的策划与执行流程，包括活动主题的确定、规则制定、奖品设置等。

(2) 讲解如何激励和引导用户生成内容（UGC），提高用户的参与感和归属感。

成功案例分析：腾讯视频的粉丝互动活动提升用户参与热情，分析其具体的互动活动形式（如投票、评论、创作等）、奖品激励机制和对用户参与度的提升效果。

4、16:30 - 17:15 短剧公司的用户活跃案例分析

(1) 详细分析短剧公司成功提升用户活跃的案例，包括活动的策划、执行和效果评

估。

(2) 探讨短剧公司在用户活跃方面存在的不足之处，如活动参与度不高、用户反馈不佳等问题。

(3) 针对存在的问题提出改进方向和具体策略，结合其他平台的成功经验进行借鉴和创新。

成功案例分析：短剧公司的某一特定活动（如线上观影会）在短期内提升了用户活跃，但在长期运营中未能持续保持热度。分析其成功的因素（如新颖的形式、明星参与等）和后续问题产生的原因（如活动形式单一、缺乏持续创新等）。

5、17:15 - 18:00 总结与展望

(1) 回顾全天课程的重点内容，包括会员成长体系的关键要素、设计原则，用户活跃的指标、技巧和案例分析。

(2) 总结短剧公司在会员成长体系和用户活跃方面的优势和不足，强调持续优化和创新的重要性。

(3) 展望未来视频行业在会员服务和用户活跃方面的发展趋势，如人工智能在个性化推荐中的应用、虚拟现实技术带来的新互动形式等。

(4) 对短剧公司未来的发展提出建议和期望，鼓励学员将所学知识运用到实际工作中，不断提升短剧公司的会员价值和用户活跃度。

(5) 解答学员在课程学习过程中的疑问和困惑，促进交流和思考。

希望本课程能够为短剧公司在会员成长体系和用户活跃方面提供有效的指导和启发！