

《增长黑客：数字化用户运营》

数字化用户建模与精细化运营

主讲：李剑

【课程背景】

随着数字经济时代的到来，全国掀起了一股数字转型的大浪潮，数字化带来的工具革命，一方面是带来了数字基建，数字用户在内的数字资产的建立。另一方面就是基于资产、用户管理的数字化运营。运营对于一家企业来说，是管理中最为核心的东西，它可以很好地将各个部门联动起来，有效地推动企业朝着良性的方向可持续发展下去，它能帮助企业顺利完成数字升级，实现智慧经营。那么什么是数字化运营？

数字化运营，是指在运营过程中，脱离传统的方式，利用各种数据、智能工具来进行管理，制定内容，总结分析，规划战略方向。通过新技术与数据能力重塑零售行业的各个环节，升级体验，提升运营效率的方式。

数字化运营的意义不仅仅在于解放人力，降低成本，提升运营效率；更重要的是通过不断迭代，不断形成好的策略，进而让平台形成肌肉记忆，以为用户服务设置稳定、高质量的底线，更快、更准确地呼应用户需求并为其解决问题。

【课程收益】

- 促进用户活跃：通过精细化渠道触达、活动运营，提升用户访问频率与使用时长，有效增强用户对产品的价值认同与内容依赖。
- 优化用户体验：通过诊断产品可用性与易用性，改善产品感官体验与交互体验，提升独立用户与全局用户的满意度、忠诚度。
- 提升用户价值：通过建立用户分层体系，细分用户需求，了解用户业务偏好与消费习惯，对业务流程进行诊断，有效提升业务各环节的转化，提升用户价值。
- 驱动业务创新：通过整体性的用户需求与产品价值与需求度满足评估，定位业务运营困境，指导业务创新与竞争力提升。
- 掌握新营销实践的五种主要形式，结合案例深入理解新媒体、新传播手段、社群营销、跨界营销及 AI 营销的应用；
- 了解企业新营销的工具与渠道，构建新营销认知体系，结合案例和概念，帮助学员掌握新营销的方法与路径，快速实现品牌数字化转型；
- 通过小组工作坊演练，预演寻找适合本企业的新营销模式与方案。

【课程特色】 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】 企业从事用户增长、用户运营、用户研究、产品运营等方向的运营、策划、销售、产品、研发、项目管理等方面的负责人和管理者

【课程时间】 1天（6小时）

【课程大纲】

一、用户数字化：企业能力量级提升

1、什么是用户数字化？

- 用户画像
- 用户旅程
- 用户管理
- 精准运营

2、企业实现用户数字化的意义何在？

- 识别：建立用户画像
- 洞察：预测客户行为
- 互动：创造客户信任
- 连接：全渠道深接触
- 转化：赢得首次购买
- 忠诚：赢得客户信任
- 价值：可持续客户经营

3、用户数字化有哪些主要手段？

- 技术架构
 - 内容传播
 - 社群交互
 - 电商平台
- 案例：海底捞等

二、用户数字化体系建设

1、用户画像与建模

- 什么是用户画像？
- 怎样构建用户画像？

2、用户旅程

- 触达
- 成交
- 使用
- 反馈
- 复购
- 裂变

3、用户交互与管理

案例：vipkid、滴滴代驾、三一重工

三、用户数字化：精准运营

1、端到端的用户触达

- 用户直接对话老板
- 真正的第一时间

2、精准的运营动作、时机和内容

- 正确的时间说正确的话
- 比用户自己更了解自己

3、超大范围的运营视野

- 一个人看到，等于全公司看到
- 决策链和反应时间

案例：新东方、慧算账