

全面解析五大运营板块工作的特点、原则和技巧，让运营成为“产品之光”。



数据运营



用户运营



活动运营



渠道运营



内容运营



运营

听说你想做

文艳霞 编 著

将“内功心法”与“剑术招数”融会贯通；
将“侠客情怀”与“江湖经验”合二为一。

助力运营人员早日打通“任督二脉”，一通百通！



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



听说你想做运营

文艳霞 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

Hi 听说你想做运营 / 文艳霞编著. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2019. 1
ISBN 978-7-115-50014-4

I. ①H… II. ①文… III. ①运营管理 IV. ①F502

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第249732号

内 容 提 要

本书详细梳理了运营工作的知识体系,讲解了不同方向的运营人员如何通过运营工作来提高产品的生命力和活力。本书共8章,第1章讲述了运营的一些基础知识;第2~6章讲解了五大板块运营工作(内容运营、渠道运营、活动运营、用户运营和数据运营)的特点、工作原则和技巧;第7章从沟通技巧、问题应对和工作效率的角度介绍了运营的工作方法;第8章总结分享了一些运营人员应该了解的“生产力资源”(工具、参考书籍和网站)。

本书逻辑清晰、结构严谨、案例丰富,适合准备从事运营工作或刚入门的运营人员以及互联网相关从业人员阅读使用。

◆ 编 著 文艳霞

责任编辑 王振华

责任印制 陈 犇

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本: 700 × 1000 1/16

印张: 18.75

字数: 410千字

2019年1月第1版

印数: 1-3 000册

2019年1月河北第1次印刷

定价: 59.00元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号

前言

不同的职业和工种，都有其自身的知识体系和操作指南。知识的系统性与完整性、技能的规范化与熟练度、思维的深度与广度，这些是决定职场新人与专业达人之间差距的关键。

就以运营来说，从广义上而言，凡涉及运维和营业的都属于运营的范畴。把范围缩小一点，如果单指互联网产品运营，运营所涵盖的工作内容也是极其复杂的。正因为如此，进入运营行业，“门”很多，“道”不少。但是要将运营这份工作做到极致，真正实现运营存在的价值，即如何构建运营工作的知识体系，如何提升运营的工作技能与效率，如何让运营成为“产品之光”。这里面的“门道”，才是每一个希望入门，入门后不甘在门口徘徊，渴望“登堂入室”的运营从业者所必须学习和掌握的。

本书所讲的运营，指的就是互联网产品的运营，主要针对的是零基础的运营新人以及初入运营行业的运营专员。希望通过完善的运营知识、技巧、方法和资源的分享，让运营人员能够更快地从“打杂”中走出来，更高效、更有序地把控自己的运营工作。

全书共分为8章，第1章讲述了运营的一些基础知识；第2~6章，从运营的五大板块工作（内容运营、渠道运营、活动运营、用户运营和数据运营）入手，一一介绍了每个环节的特点、工作原则与技巧；第7章从沟通技巧、问题应对与工作效率等角度介绍了运营的工作方法；第8章则着重分享一些运营人员应该了解的“生产力资源”，既有工具的推荐，也包括运营相关网站和书籍的介绍，希望可以给想做运营且想做好运营的读者带来更多的思路与启示。

编者

第1章 从零开始读懂运营	11
1.1 运营到底是什么	13
1.2 什么人适合做运营	17
1.3 互联网运营的现状与未来	26
第2章 内容运营 信息爆炸时代的内容突围	33
2.1 内容定位	35
2.1.1 定位用户画像	35
2.1.2 分析阅读场景	43
2.1.3 梳理用户的内容需求	49
2.1.4 挖掘差异化的内容	52
2.2 搜集素材	55
2.2.1 素材的来源	55
2.2.2 素材的归纳与整理	59
2.2.3 素材的选择与淘汰	62
2.3 内容编辑	64
2.3.1 给内容一点“人性”	64
2.3.2 内容编辑工具	66
2.3.3 内容编辑的基本技巧	69

2.3.4 内容编辑的四大原则	77
2.4 内容发布	80
2.4.1 内容发布的准备工作	80
2.4.2 内容发布的基本技巧	84
2.5 内容效果分析	88
2.5.1 内容效果的常见指标及适用场景	88
2.5.2 内容效果分析的进阶指标	91
2.5.3 内容效果评估与预期目标	94
2.5.4 内容效果分析的基本原则	95
本章小结	96
本章附录：内容运营的常规热点	97

第3章 渠道运营 渠道布局圈住精准流量 **101**

3.1 渠道开发	103
3.1.1 常见的网络推广渠道	103
3.1.2 “互联网+”与线下渠道的回归	111
3.1.3 常见的线下渠道	113
3.1.4 线上渠道与线下渠道的融合之道	119
3.1.5 商务合作与渠道共赢	120
3.2 渠道评估	125
3.2.1 精准化运营与渠道选择	126
3.2.2 渠道布局的三大原则	129
3.2.3 效果评估与渠道优化	133
3.3 渠道管理	138
3.3.1 渠道维护的八项重要工作	138
3.3.2 渠道的“弃”“挖”“留”“促”	141
本章小结	145

第4章 活动运营 玩转活动实现高效转化 **147**

4.1 活动准备 **149**

4.1.1 活动背景调研分析 149

4.1.2 不为做活动而做活动 153

4.1.3 制定活动策略的基本路径 155

4.2 活动策划 **164**

4.2.1 活动策划的常见套路 164

4.2.2 活动策划的基本原则 180

4.2.3 活动主题的“创意包装” 182

4.2.4 完善活动细则 184

4.2.5 活动预算与效果评估 187

4.3 活动执行 **189**

4.3.1 活动执行排期 190

4.3.2 活动准备工作 192

4.3.3 活动实施工作 201

4.4 活动复盘 **204**

4.4.1 完整的活动回顾 204

4.4.2 活动效果评估 205

4.4.3 活动经验教训总结 207

本章小结 **208**

第5章 用户运营 分型管理提升用户生命周期 **209**

5.1 用户拉新 **211**

5.1.1 用户拉新的手段 211

5.1.2 用户拉新的误区 217

5.2 用户留存 **219**

5.2.1 驱动用户留存的四大手段 219

5.2.2 用户留存的误区	223
---------------	-----

5.3 用户活跃	225
-----------------	------------

5.3.1 从留存到促活的进阶术	225
------------------	-----

5.3.2 用户活跃的误区	226
---------------	-----

5.4 用户召回	228
-----------------	------------

5.4.1 流失用户的“召回术”	228
------------------	-----

5.4.2 召回流失用户的四大工具	231
-------------------	-----

5.4.3 用户召回的误区	232
---------------	-----

本章小结	234
-------------	------------

第6章 数据运营 数据驱动下的精细化运营	235
-----------------------------	------------

6.1 数据在运营工作中的应用	237
------------------------	------------

6.1.1 数据预测，制定合理规划	237
-------------------	-----

6.1.2 数据监测，进行运营预警	239
-------------------	-----

6.1.3 数据洞察，辅助运营决策	240
-------------------	-----

6.2 数据只是辅助，不是全部	242
------------------------	------------

6.3 数据精细化运营的“三三四”	244
--------------------------	------------

6.3.1 三个工作技巧	245
--------------	-----

6.3.2 三个常用的数据分析技能	247
-------------------	-----

6.3.3 数据运营的四大误区	250
-----------------	-----

本章小结	252
-------------	------------

第7章 运营人员的工作方法	253
----------------------	------------

7.1 做一个“长袖善舞”的运营人员	255
---------------------------	------------

7.1.1 运营人员与产品人员沟通：如何避免争吵	255
--------------------------	-----

7.1.2 运营人员与设计人员沟通：如何更加高效	260
--------------------------	-----

7.1.3 运营人员与市场人员沟通：如何顺达通畅	264
--------------------------	-----

7.1.4 运营人员与数据人员沟通：如何相辅相成	267
--------------------------	-----

7.2 做一个“得心应手”的运营人员	270
7.2.1 突破：运营人员如何发现问题	270
7.2.2 应对：解决问题的基本思路	272
7.2.3 机变：突发问题如何应对	277
7.3 做一个“举步生风”的运营人员	281
7.3.1 运营工作条理化：如何避免“不忙”	281
7.3.2 运营工作规范化：如何避免“瞎忙”	283
7.3.3 运营人员的时间管理	287
本章小结	290
第8章 运营人员的“生产力资源”	291
8.1 “利其器”——运营工具推荐	293
8.2 “破万卷”——运营书籍推荐	295
8.3 “开眼界”——运营网站推荐	297

全面解析五大运营板块工作的特点、原则和技巧，让运营成为“产品之光”。



数据运营



用户运营



活动运营



渠道运营



内容运营



运营

听说你想做

文艳霞 编 著

将“内功心法”与“剑术招数”融会贯通；
将“侠客情怀”与“江湖经验”合二为一。

助力运营人员早日打通“任督二脉”，一通百通！



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

初闯运营江湖，
适从？

空有一腔热血

无一招一、无

你或许需要先

基本的功法开始



最

数艺社教程分享
微信号: szysptpress

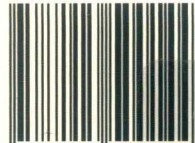


出版合作: wangzhenhua@ptpress.com.cn

分类建议: 管理 / 运营管理

人民邮电出版社网址: www.ptpress.com.cn

ISBN 978-7-115-50014-4



9 787115 500144 >

ISBN 978-7-115-50014-4

定价: 59.00 元

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com



听说你想做运营

文艳霞 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

Hi 听说你想做运营 / 文艳霞编著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2019. 1
ISBN 978-7-115-50014-4

I. ①H… II. ①文… III. ①运营管理 IV. ①F502

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第249732号

内 容 提 要

本书详细梳理了运营工作的知识体系,讲解了不同方向的运营人员如何通过运营工作来提高产品的生命力和活力。本书共8章,第1章讲述了运营的一些基础知识;第2~6章讲解了五大板块运营工作(内容运营、渠道运营、活动运营、用户运营和数据运营)的特点、工作原则和技巧;第7章从沟通技巧、问题应对和工作效率的角度介绍了运营的工作方法;第8章总结分享了一些运营人员应该了解的“生产力资源”(工具、参考书籍和网站)。

本书逻辑清晰、结构严谨、案例丰富,适合准备从事运营工作或刚入门的运营人员以及互联网相关从业人员阅读使用。

◆ 编 著 文艳霞

责任编辑 王振华

责任印制 陈 犇

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本: 700 × 1000 1/16

印张: 18.75

字数: 410千字

2019年1月第1版

印数: 1-3 000册

2019年1月河北第1次印刷

定价: 59.00元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号

前言

不同的职业和工种，都有其自身的知识体系和操作指南。知识的系统性与完整性、技能的规范化与熟练度、思维的深度与广度，这些是决定职场新人与专业达人之间差距的关键。

就以运营来说，从广义上而言，凡涉及运维和营业的都属于运营的范畴。把范围缩小一点，如果单指互联网产品运营，运营所涵盖的工作内容也是极其复杂的。正因为如此，进入运营行业，“门”很多，“道”不少。但是要将运营这份工作做到极致，真正实现运营存在的价值，即如何构建运营工作的知识体系，如何提升运营的工作技能与效率，如何让运营成为“产品之光”。这里面的“门道”，才是每一个希望入门，入门后不甘在门口徘徊，渴望“登堂入室”的运营从业者所必须学习和掌握的。

本书所讲的运营，指的就是互联网产品的运营，主要针对的是零基础的运营新人以及初入运营行业的运营专员。希望通过完善的运营知识、技巧、方法和资源的分享，让运营人员能够更快地从“打杂”中走出来，更高效、更有序地把控自己的运营工作。

全书共分为8章，第1章讲述了运营的一些基础知识；第2~6章，从运营的五大板块工作（内容运营、渠道运营、活动运营、用户运营和数据运营）入手，一一介绍了每个环节的特点、工作原则与技巧；第7章从沟通技巧、问题应对与工作效率等角度介绍了运营的工作方法；第8章则着重分享一些运营人员应该了解的“生产力资源”，既有工具的推荐，也包括运营相关网站和书籍的介绍，希望可以给想做运营且想做好运营的读者带来更多的思路与启示。

编者

第1章 从零开始读懂运营	11
1.1 运营到底是什么	13
1.2 什么人适合做运营	17
1.3 互联网运营的现状与未来	26
第2章 内容运营 信息爆炸时代的内容突围	33
2.1 内容定位	35
2.1.1 定位用户画像	35
2.1.2 分析阅读场景	43
2.1.3 梳理用户的内容需求	49
2.1.4 挖掘差异化的内容	52
2.2 搜集素材	55
2.2.1 素材的来源	55
2.2.2 素材的归纳与整理	59
2.2.3 素材的选择与淘汰	62
2.3 内容编辑	64
2.3.1 给内容一点“人性”	64
2.3.2 内容编辑工具	66
2.3.3 内容编辑的基本技巧	69

2.3.4 内容编辑的四大原则	77
2.4 内容发布	80
2.4.1 内容发布的准备工作	80
2.4.2 内容发布的基本技巧	84
2.5 内容效果分析	88
2.5.1 内容效果的常见指标及适用场景	88
2.5.2 内容效果分析的进阶指标	91
2.5.3 内容效果评估与预期目标	94
2.5.4 内容效果分析的基本原则	95
本章小结	96
本章附录：内容运营的常规热点	97

第3章 渠道运营 渠道布局圈住精准流量 **101**

3.1 渠道开发	103
3.1.1 常见的网络推广渠道	103
3.1.2 “互联网+”与线下渠道的回归	111
3.1.3 常见的线下渠道	113
3.1.4 线上渠道与线下渠道的融合之道	119
3.1.5 商务合作与渠道共赢	120
3.2 渠道评估	125
3.2.1 精准化运营与渠道选择	126
3.2.2 渠道布局的三大原则	129
3.2.3 效果评估与渠道优化	133
3.3 渠道管理	138
3.3.1 渠道维护的八项重要工作	138
3.3.2 渠道的“弃”“挖”“留”“促”	141
本章小结	145

第4章 活动运营 玩转活动实现高效转化	147
4.1 活动准备	149
4.1.1 活动背景调研分析	149
4.1.2 不为做活动而做活动	153
4.1.3 制定活动策略的基本路径	155
4.2 活动策划	164
4.2.1 活动策划的常见套路	164
4.2.2 活动策划的基本原则	180
4.2.3 活动主题的“创意包装”	182
4.2.4 完善活动细则	184
4.2.5 活动预算与效果评估	187
4.3 活动执行	189
4.3.1 活动执行排期	190
4.3.2 活动准备工作	192
4.3.3 活动实施工作	201
4.4 活动复盘	204
4.4.1 完整的活动回顾	204
4.4.2 活动效果评估	205
4.4.3 活动经验教训总结	207
本章小结	208
第5章 用户运营 分型管理提升用户生命周期	209
5.1 用户拉新	211
5.1.1 用户拉新的手段	211
5.1.2 用户拉新的误区	217
5.2 用户留存	219
5.2.1 驱动用户留存的四大手段	219