

运营其实很简单：互联网运营进阶之道

作者：郑文博

运营其实很简单 互联网运营进阶之道

郑文博/著

人民邮电出版社

北京

本书由“行行”整理，如果你不知道读什么书或者想获得更多免费电子书请加小编微信或QQ：
2338856113 小编也和结交一些喜欢读书的朋友 或者关注小编个人微信公众号名称：幸福的味道 为了方
便书友朋友找书和看书，小编自己做了一个电子书下载网站，网站的名称为：周读网
址：www.ireadweek.com

目录
封面
扉页
版权信息
内容提要
序言
引言
第1章 窥探运营大门
1.1 运营介绍
1.1.1 运营是什么
1.1.2 运营的员工职责具体是什么
1.1.3 运营、市场、产品的关系
1.2 运营平台及常用的工具
1.2.1 新媒体平台介绍
1.2.2 短视频平台介绍
1.2.3 社区与社交平台介绍
1.2.4 工具型平台介绍
1.2.5 运营必备的几大工具
1.3 运营有哪些常见的问题
1.3.1 运营的基本知识类问题
1.3.2 学习运营类的问题
第2章 连接用户
2.1 建立用户来源入口
2.1.1 入口与承接口
2.1.2 用户渠道的重要性
2.1.3 产品各个阶段的入口如何建立
2.2 设立用户分级漏斗
2.3 深入连接用户
2.3.1 取之于民，用之于民
2.3.2 如何有效且快速地提炼需求
2.3.3 深入连接
2.4 提高用户放弃成本及黏度
2.4.1 放弃成本理论
2.4.2 放弃因素建立
2.4.3 提高用户黏度
2.5 建立自己的用户生命周期
2.5.1 用户生命周期是什么
2.5.2 量身打造用户生命周期
2.6 建立用户自运营体系
第3章 锻造产品
3.1 产品生命周期
3.1.1 产品生命周期是什么
3.1.2 具体化产品生命周期
3.2 五大阶段运营工作
3.2.1 建设期
3.2.2 引入期
3.2.3 成长期
3.2.4 成熟期
3.2.5 衰退期
3.3 产品、运营与用户
3.3.1 产品、运营与用户的关系
3.3.2 如何通过运营优化产品
第4章 打造内容
4.1 为什么说内容为王
4.1.1 什么是内容
4.1.2 产品、用户与内容的关系
4.1.3 如何建立内容体系
4.1.4 如何潜心创造内容
4.2 内容策略是什么
第5章 运筹帷幄

- 5.1 运营节奏
 - 5.1.1 什么是运营节奏
 - 5.1.2 如何把握节奏
 - 5.1.3 标准化运营节奏
- 5.2 运营是否有方法论
- 第6章 掌握运营技能
 - 6.1 推广技能
 - 6.1.1 推广技能有哪些
 - 6.1.2 推广如何与运营结合
 - 6.1.3 如何更有效率地进行推广
 - 6.2 营销技能
 - 6.2.1 如何对产品进行营销
 - 6.2.2 在什么阶段适合做什么营销
 - 6.3 运营还有哪些技能
 - 6.3.1 数据分析
 - 6.3.2 整合能力
- 第7章 社群运营
 - 7.1 什么是社群
 - 7.1.1 社群是什么
 - 7.1.2 社群有哪些类型
 - 7.1.3 社群与运营
 - 7.2 社群运营怎么做
 - 7.2.1 社群核心定位
 - 7.2.2 社群核心人群
 - 7.2.3 社群自由制度
 - 7.2.4 如何让别人依赖社群
 - 7.2.5 建立社群认知度
 - 7.2.6 社群如何快速提高活跃度
- 第8章 活动运营
 - 8.1 活动运营是什么
 - 8.1.1 活动是什么
 - 8.1.2 活动有哪些类型
 - 8.2 好的活动如何创建
 - 8.2.1 好活动之定位
 - 8.2.2 好活动之数据
 - 8.2.3 好活动之渠道
 - 8.3 好的活动如何运营
 - 8.3.1 活动组成及策划
 - 8.3.2 活动的执行案
 - 8.3.3 活动沟通与协调
 - 8.3.4 如何提高活动成功率
- 第9章 新媒体运营
 - 9.1 什么是新媒体运营
 - 9.1.1 新媒体是什么
 - 9.1.2 新媒体有哪些类型
 - 9.2 新媒体运营
 - 9.2.1 微信公众号订阅号运营
 - 9.2.2 其他新媒体如何运营
 - 9.3 新媒体如何进行商业化变现
- 第10章 内容运营
 - 10.1 内容运营是做什么的
 - 10.2 如何正确地布局内容
 - 10.2.1 文章撰写
 - 10.2.2 产品内容布局
 - 10.3 如何撰写所谓的“爆文”内容
 - 10.3.1 微信公众平台
 - 10.3.2 今日头条
- 第11章 学习运营实例
 - 11.1 QQ群运营实例
 - 11.1.1 为什么要运营QQ群

- [11.1.2 运营群的建立](#)
- [11.1.3 运营群的QSO](#)
- [11.1.4 运营群的用户导入](#)
- [11.1.5 运营群的运营](#)
- [11.2 微信公众号运营实例](#)
 - [11.2.1 51运营公众号的诞生](#)
 - [11.2.2 51运营公众号的基础建设](#)
 - [11.2.3 51运营公众号的内容建设](#)
 - [11.2.4 51运营公众号获取的第一批用户](#)
 - [11.2.5 51运营公众号用户分组](#)
- [11.3 活动运营实例](#)
 - [11.3.1 “赶特价”产品活动背景](#)
 - [11.3.2 活动实施和完善](#)
 - [11.3.3 活动总结](#)
- [11.4 实例与整合思维](#)
- [第12章 精细化运营](#)
 - [12.1 精细化运营是什么](#)
 - [12.1.1 精细化运营介绍](#)
 - [12.1.2 如何精细化工作](#)
 - [12.1.3 如何将精细化应用到运营中](#)
 - [12.2 如何进行精细化运营](#)
 - [12.2.1 SOP精细化运营文档](#)
 - [12.2.2 用户运营精细化运营](#)
 - [12.2.3 内容运营精细化运营](#)
 - [12.2.4 活动运营精细化运营](#)
 - [12.2.5 精细化运营思维](#)
- [第13章 场景化运营](#)
 - [13.1 场景化运营是什么](#)
 - [13.1.1 场景化介绍](#)
 - [13.1.2 不同产品类型的场景化](#)
 - [13.2 场景对于运营的影响](#)
 - [13.2.1 场景与用户使用需求](#)
 - [13.2.2 如何运营场景](#)
- [第14章 用户化运营](#)
 - [14.1 如何以用户为中心做运营](#)
 - [14.1.1 以用户为中心是什么](#)
 - [14.1.2 你认为是的用户真的是用户吗](#)
 - [14.1.3 如何更有效地帮助用户玩转产品](#)
 - [14.2 如何以用户为杠杆撬动更多用户](#)
 - [14.2.1 SMO和杠杆](#)
 - [14.2.2 把握用户心理变动](#)
 - [14.2.3 营造用户内部氛围](#)
- [第15章 商业化运营](#)
 - [15.1 商业化问题——商业化是什么](#)
 - [15.1.1 商业化包括的内容](#)
 - [15.1.2 盈利与商务合作你知道多少](#)
 - [15.2 商业化思考——互联网盈利及运营商业化](#)
 - [15.3 商业化思维性——以企业利益为导向](#)
 - [15.3.1 运营时如何考虑企业利益](#)
 - [15.3.2 如何让产品及企业风险最小化](#)
- [第16章 运营未来路](#)
 - [16.1 运营职业规划——应该如何学习运营](#)
 - [16.1.1 如何建立自己的运营知识体系](#)
 - [16.1.2 如何更高效地学习运营](#)
 - [16.1.3 如何规划自己的运营职业发展](#)
 - [16.2 如何找到一份运营工作](#)
 - [16.3 运营未来路](#)
 - [16.3.1 运营未来发展](#)
 - [16.3.2 我对运营的看法](#)
- [附录A 运营方案模板大纲](#)

[附录B 推广运营方案模板大纲](#)
[附录C 活动运营方案模板大纲](#)
[附录D SOP执行方案模板大纲](#)

内容提要

为了帮助从事运营或即将从事运营的广大读者更好、更快地了解运营、学习运营、入职运营，本书详细阐述运营对于用户、企业的帮助，同时以单个理论点+单个实战案例的方式详细分析了社群运营、活动运营、新媒体运营、内容运营、渠道运营、精细化运营、场景化运营、用户化运营、商业化运营等模块及运营工作、渠道整合、社群知识、渠道优化、SOP流程等细节，力求让读者在求职路上快速上手，在迷茫途中快速定位。

本书内容全面，案例丰富，实用性强，既是初入互联网行业运营人员的实用手册，也可作为该行业相关专业的培训教材。

序言

在如今竞争日益激烈的互联网领域，运营是决定企业能否胜出的最关键一环。无论对初创互联网公司还是创业型公司，乃至大型互联网企业而言，运营都至关重要——运营可以决定企业发展的速度、发展的方向以及能够发展多久。但是由于行业的不同，运营一直以来都是一个没有标准答案的工作，不同的企业和不同的产品阶段，运营的方式和方法可能会截然不同。这本书站在不同运营者的视角，由点及面地讲述了关于运营的许多基础知识：如何开展工作，如何理清思维，如何把产品的特性、价值观通过运营的方式表达出来，以及系统操作的方法和思维。书中提及的案例都值得广大的互联网运营从业人员和创业者仔细阅读、深入研究与收藏。

张野 | 睿智盟网络科技有限公司联合创始人

运营，很多人理解它，但是很多人又不懂它：作为一个运营岗位的从业者，应该从哪里学习，从哪里入手，从哪里开始？这些都要从基础开始。相信不论你从事的是什么运营岗位，负责的是什么运营内容，都能从本书中了解、熟悉、掌握什么是运营。未来的COO就在你们当中，加油吧！

郑杰 | 浙江山山家食品有限公司COO

文博拥有非常丰富的运营实践经验和扎实的运营理论基础，是一位出色的运营专家。他善于把握时代变化，创新运营方法和思路。我每次聆听他的见解都受益匪浅。这本书汇集了文博多年的运营经验与思考，内容全面且实用性极强，值得细细品味。

马东 | 智绘工坊APP创始人

知己知彼，方能百战百胜。运营既讲究协同性，又讲究节奏性。《运营其实很简单：互联网运营进阶之道》完整讲述了这两方面内容，是一本运营人不可或缺的好书。

叶卫鑫 | 河南伴知网络科技有限公司CEO

这本书分享了一个互联网资深人士的经验总结，浓缩了多年经验沉淀下来的干货，涵盖了产品和运营的基本思维逻辑和执行方式，非常值得刚入门的互联网人阅读。

李浩田 | 花返网（北京）科技股份有限公司运营总监

作为一名新晋产品运营经理，社区出身的我在整体布局方面有很多欠缺，需要了解其他的运营思路，从宏观角度为整个产品做规划。感谢作者为产品运营人提供了一本很好的运营图书。

周建宇 | 广州奇艺果信息科技有限公司产品运营经理

运营是一门大学问，它涉及各行各业。无论线上还是线下，它都在现阶段以及未来的发展趋势中占有重要的地位。感谢郑文博导师的教导，让我作为企业的一名创始人，从最初的运营新人成为了如今资深的运营经理人！

杨路 | 武汉黎曼科技有限公司创始人

跟着郑老师一年多，从基础入门到实战，每一步都有迹可循。郑老师的讲解内容深度到位，语言却浅显易懂。我在前期什么都不懂的情况下，不断地通过电话、见面与郑老师交流。郑老师系统地对我讲解怎么做运营，帮助我在运营之路上快速成长。相信郑老师的书能帮助各位在运营的道路上越走越远。

陈思思 | 南昌锐尔奇网络科技有限公司项目经理

想做活动无从下手、活动上线应者寥寥、用户不活跃、客户投诉一大堆……运营需要面对纷繁复杂的场景，需要准确把握问题的核心。郑老师的实战课，思维敏捷、分析独到，让人有“拨云见日”之感。相信这本结合实战经验的运营之书，也会给大家建立清晰的运营框架。

朱洁仪 | 广东今科道同科技股份有限公司产品运营经理

2016年我与郑文博老师通过网络认识，开始学习互联网运营之道。近两年从基础到进阶、实战，每一步都落地可行。尤其是在着手项目实战时，我运用所学的运营策略，让项目达到了理想结果。因此我坚信，无论身处什么行业，郑老师的书都能帮助各位运营新人和需要进阶的人。

何杨 | 义乌名爵网络科技有限公司COO

引言

引言音频

纵观互联网10年（2006~2016年），互联网经历了从门户热、导航热、电商热、团购热、O2O热，再到如今的OFO等模式的不断变化与尝试。同时，互联网职业也在不断变化，核心竞争力从技术到产品，再到如今的运营。我想这是一个时代的变化，一个环境慢慢趋于稳定的变化，资本市场趋于冷静，互联网的投资环境变得更健康。

现如今，运营正在大力发展，而对于运营不只是在思维层面上需要学习，同时也需要拥有自己独特的运营方法。

本书共16章，首先介绍运营的基础知识，包括运营是什么、各类运营岗位及其职责、运营发展数据，后续章节介绍四大运营基础内容、渠道、用户、产品，以及各类运营及其使用方法。在介绍过程中包括多个案例，其中会将我个人的运营社群、公众号等案例进行流程分析和剖析。在讲解各类运营中的分析思维、运营思维及各种运营原则的同时，本书会将我个人的运营思考方式和流程呈现给大家。

通过案例+实例+理论的方式让用户更好地了解运营是什么、具体怎么做以及如何建立自己的运营体系。随着运营的发展，对运营人员的知识水平要求越来越严格，所以希望本书可以传递给想学习运营、转型运营或刚刚从业运营的朋友们一些建议，帮助这些朋友快速跨入运营大门。

运营的特性

很多人可能并不认识我，我叫郑文博，从事运营职业有8年之久；没有大企业的经历，主要是在中小微企业中做运营，在整个过程中积累了无任何资源的情况下如何做起一个项目的经验，已开设的课程有“从零开始学运营”“运营其实很简单”。

我在做运营的8年中，发现很多人不知道运营是什么工作，包括目前正在做运营工作的，很多人都不知道运营具体的工作职责是什么。近几年运营发展迅速，从运营专员到如今的新媒体运营、用户运营、内容运营、产品运营等，从寻找工作到运营工作职责、运营的具体事项，你会发现不论大中型企业还是小型企业，对运营本身就没有一个清晰的定位。这是因为运营本来就是一种复合型工作，需要拥有调研、营销、推广、策划、进度管理等各项技能，所以在寻找运营工作的时候，很难找到一份专岗的运营工作，导致“运营就是打杂”“运营就是销售”等各种非客观描述随之而来。

其实运营本身的概念就极其庞大。在我个人看来，可以把运营工作分为几大阶段，如表1所示。正是因为这些不同的阶段，才造就了运营的不同。

表1 运营的四大阶段

目前大家在看这本书的时候，可能处于尝试阶段或认知阶段。其实不用担心，运营能力的转折点关键在于这两个阶段是怎么度过的，度过的速度与认知的深度决定你在后面阶段的成熟情况。

运营在前两个阶段的特征是杂、乱、多。运营技能层次太多，各行各业的专业术语都会被运营使用，导致很复杂；运营技能的学习方式目前并没有专门分出层次，例如：是先学习用户运营还是先学习活动运营，让学习的人摸不着规律，导致很乱；“多”是因为运营技能的确很多，不论用户运营里面的用户研究、用户画像、用户模型、用户行为等，还是活动运营的活动设计、人性活动、活动元素控制等，整体看起来会让学习的人有一种眼花缭乱的感觉。这些特征所带来的问题应该怎么解决呢？如表2所示。

表2 运营的特征

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.cn>)

文档名称：《运营其实很简单：互联网运营进阶之道》郑文博 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/1156.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

