

# 以用户为中心的互联网运营体系

# Agenda

---

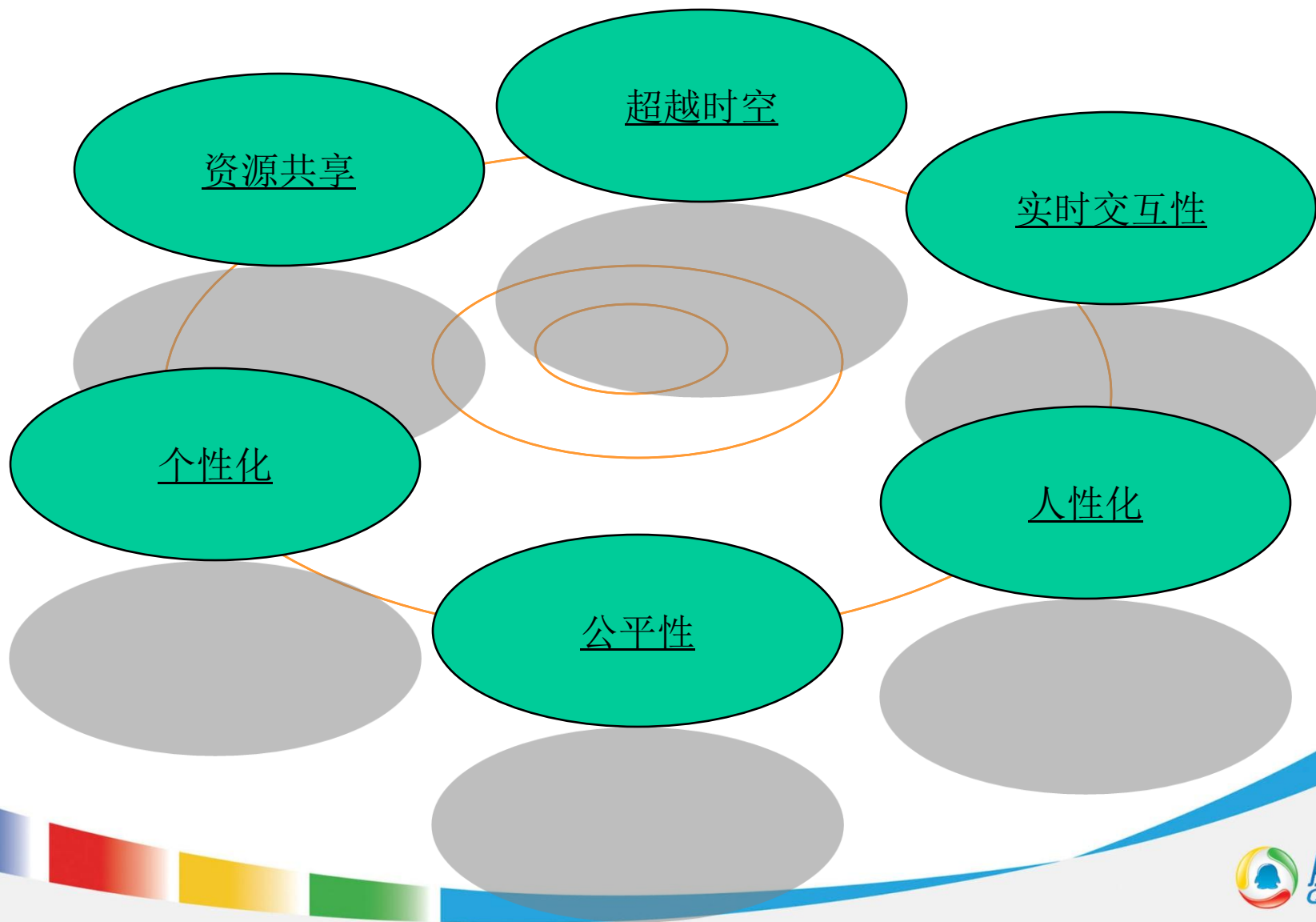
- 发展用户是互联网业务发展的首要任务
- 用户需求是业务发展的根本动力
- 建立满足用户需求的运营体系
- 建立用户价值导向的互联网文化

# 发展用户是互联网业务发展的首要任务

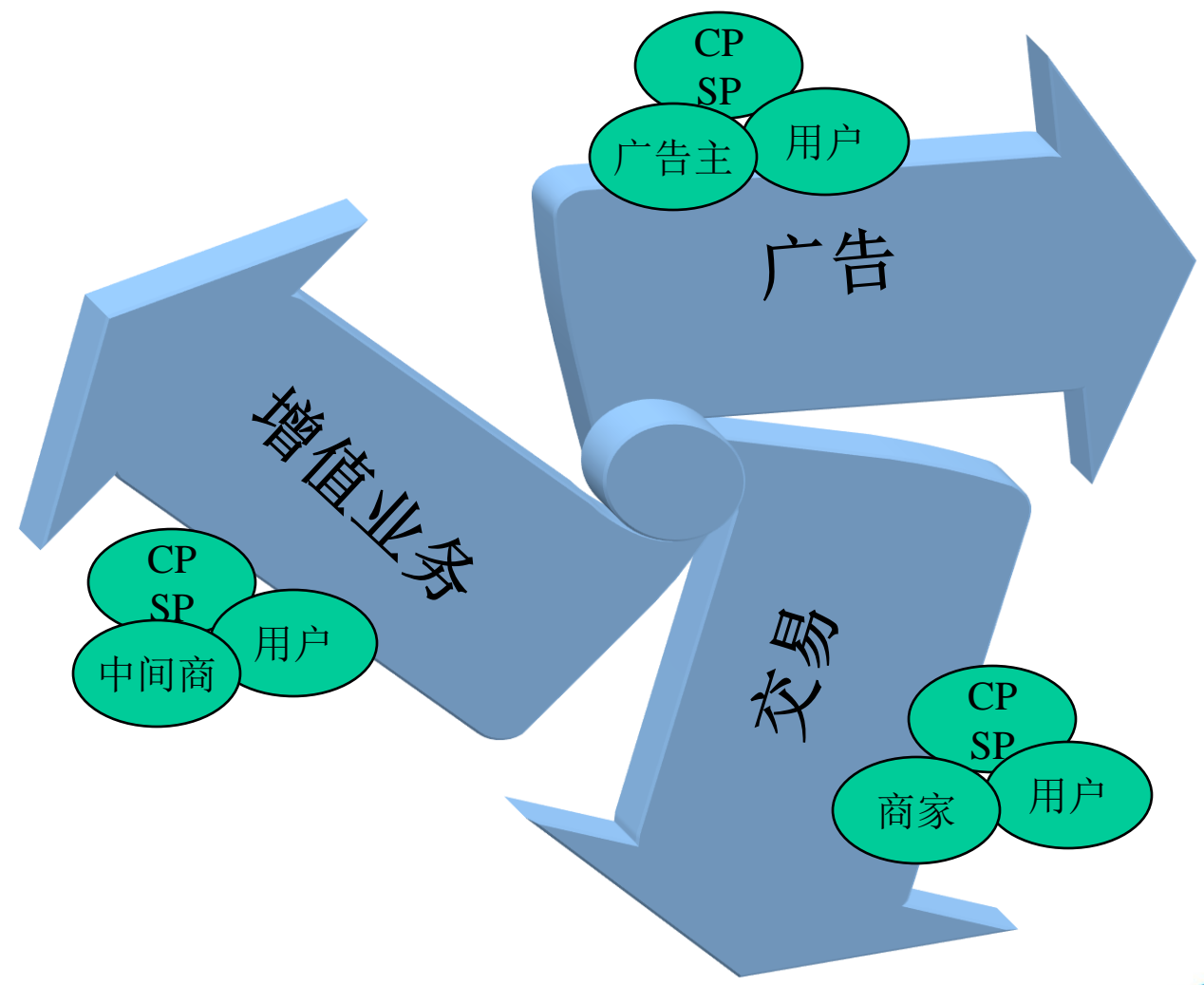
---

- 🌐 互联网业务的主要特点
- 🌐 互联网业务的商业模式
- 🌐 发展用户是互联网业务发展的首要任务

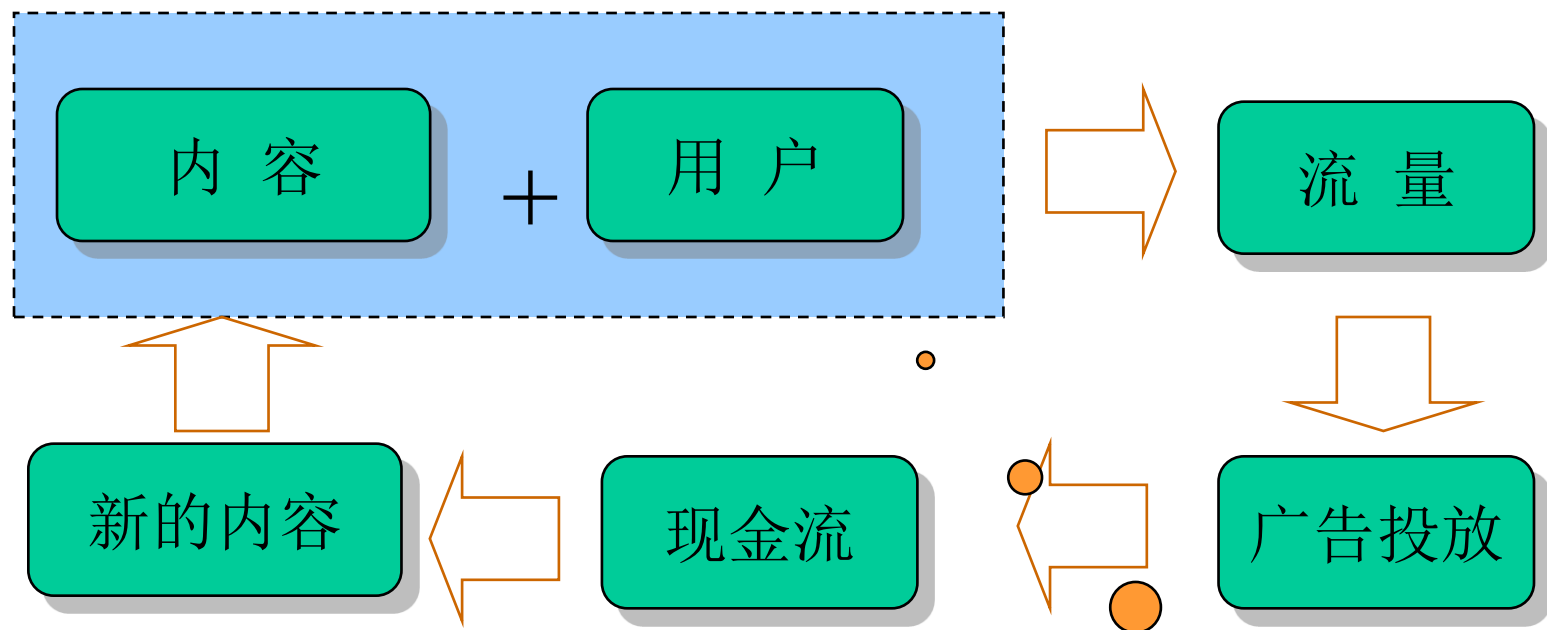
# 互联网的主要优势和特点



# 互联网业务的商业模式



# 互联网业务的商业模式一：广告



互联网的价值：成为广告主和用户直接互动的平台。

CP / SP: 提供内容和平台，获取广告收入

用户: 获取咨询和服务，带来流量

广告主: 投放广告，支付广告费，获取产品或服务销售收入

# 互联网业务的商业模式二：增值服务

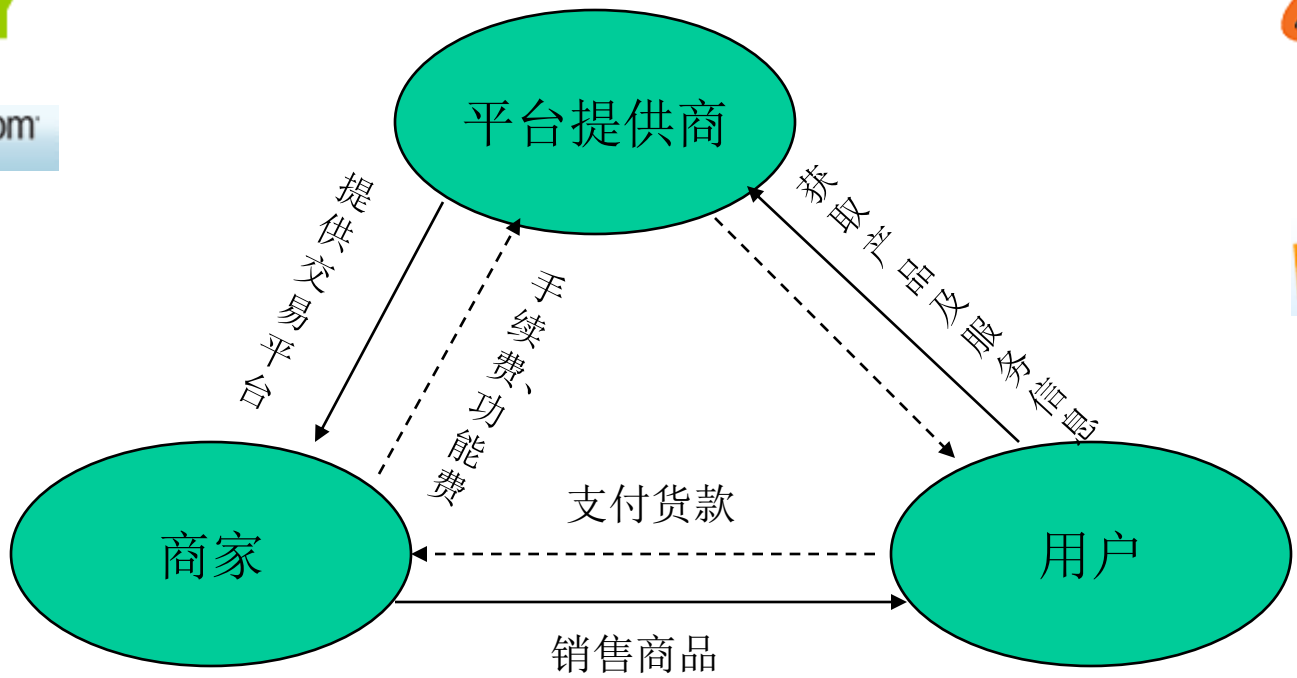


QQ秀



CP / SP: 提供服务，获取增值业务收益  
用户: 获取服务，满足需求，付费

# 互联网业务的商业模式三：交易

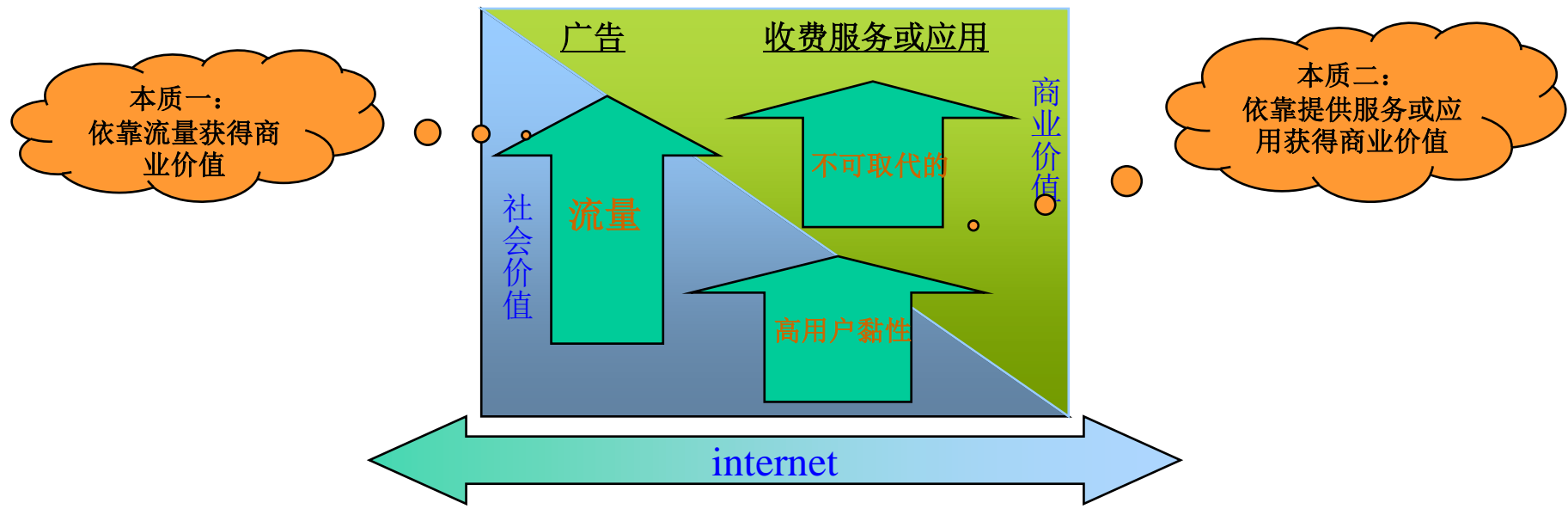


服务提供商：提供交易平台，获取手续费等收入

商家：提供商品，获得销售收入，同时支付手续费

用户：获取商品，支付货款

# 互联网商业模式的本质



# 互联网的本质

---

## 🌐 马化腾：

互联网的本质就是促进信息沟通，使得信息交流和获取的效率更高、成本更低。

## 🌐 张朝阳：

信息的加工聚合，最终实现公众对于事件无限接近真实的了解。

## 🌐 马云：

互联网的本质是“分享”。

## 🌐 丁磊：

用户是互联网服务的根本。

用户决定存亡，观念决定一切！

# 互联网业务发展的首要任务

---

发展用户，以用户为核心

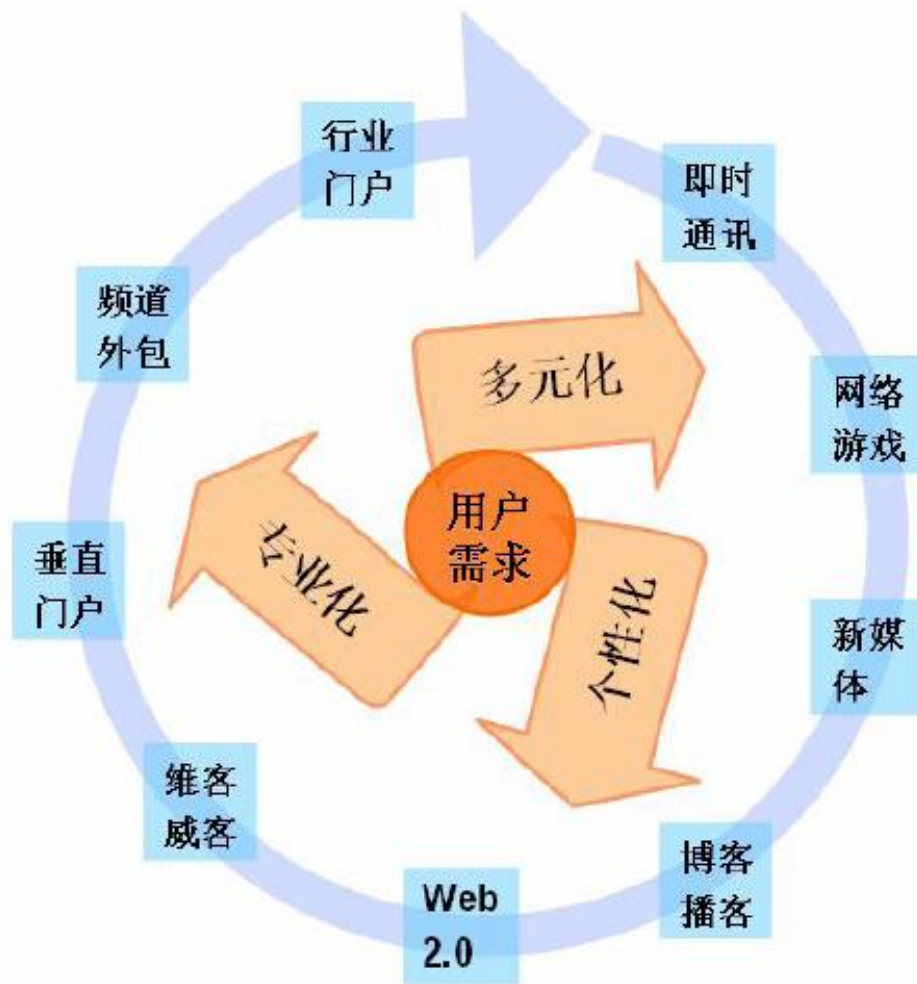
三种互联网商业模式无论哪种都得先发展免费用户群

# 用户需求是业务发展的根本动力

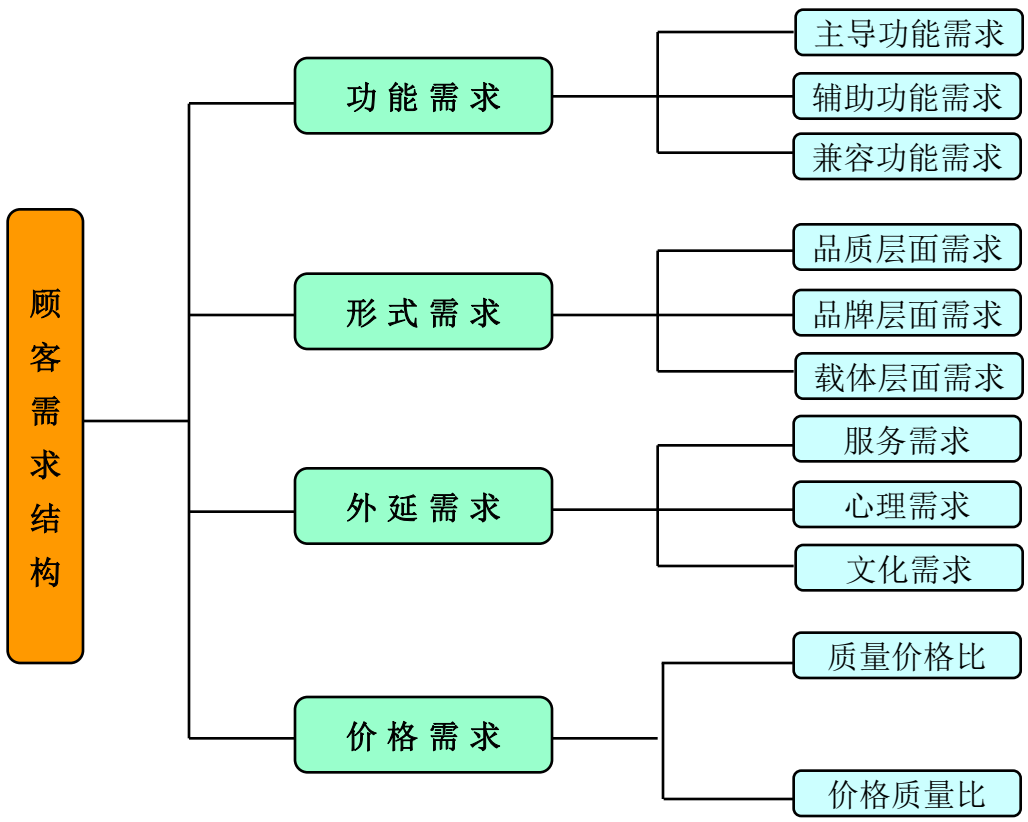
---

- 用户需求的细分
- 用户需求的变化趋势
- 如何把握用户需求

# 用户需求的细分——关注用户需求



# 用户需求的细分——需求结构模型



# 用户需求的细分

## 有代表性的案例和网站

🌈 百变随心，时尚我先——QQ秀2.0

🌈 情感展示：cyworld  **CYWORLD**

🌈 交友：QQ、Facebook、校内网



🌈 资讯：Sina等综合门户

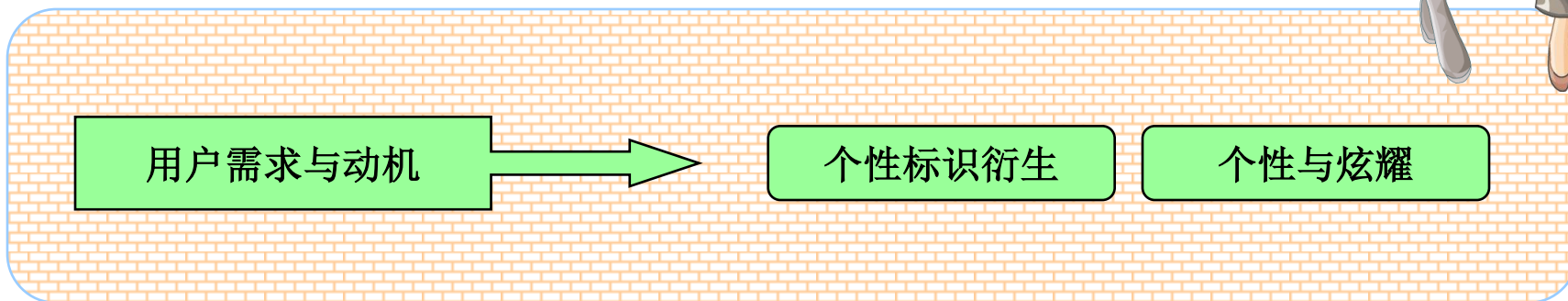
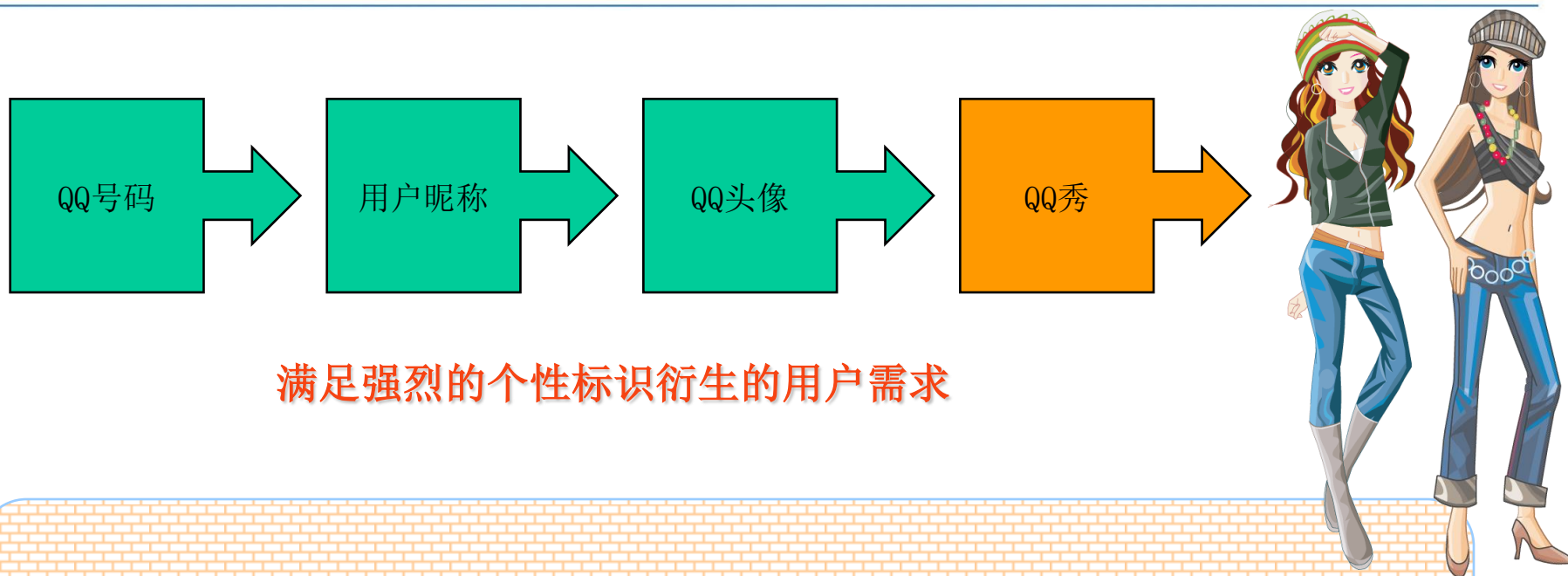


🌈 商务：携程、芒果网

🌈 娱乐：游戏、表情等( facebook、Qzone<皮肤\播放器...>)



# 用户需求的细分—QQ秀2.0：百变随心，时尚我先



## 从1.0到2.0的转变—基于用户需求的深刻理解

QQ秀是QQ用户真实自我的网络表现，用于满足用户“爱美、时尚和表现自我”的需求

# 用户需求的细分—Cyword案例分析



Mini Homepy

Club

Paper

Giftshop

# 用户需求的变化趋势

二维向三维转变

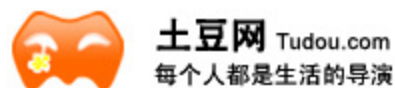


3D show

内容和SNS互动



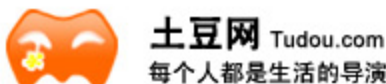
文字向图片和多媒体转变



有线无线的一体化

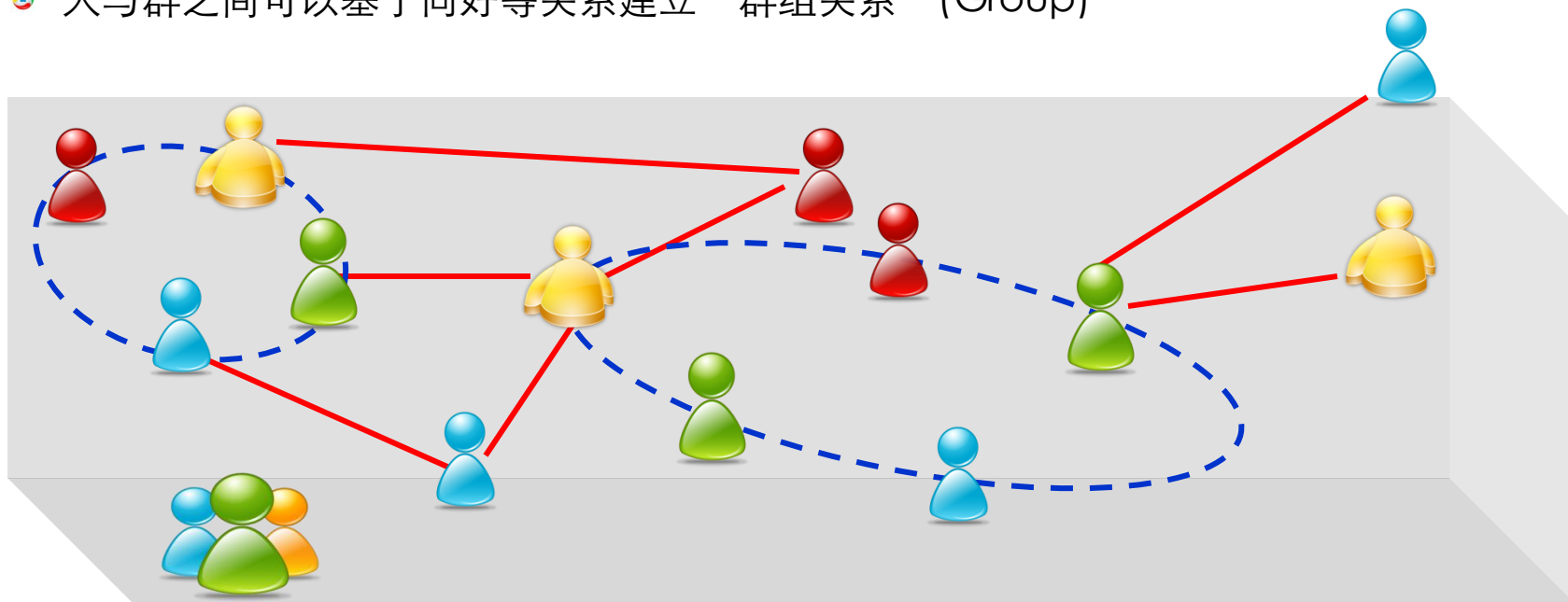


音乐、视频占主动



# SNS互动案例：Facebook上的关系链及构成

- 一个人进入Facebook,通常属于某个或某几个Network,可看成是一个四维Network空间(大学, 中学, 城市, 公司)
- 开放注册后, 某个profile也可以不属于任何一个Network
- 个人与个人之间靠“好友关系链”(Friend)连接
- 人与群之间可以基于同好等关系建立“群组关系”(Group)



Facebook上的Social Graph是个层次丰富, 既有属性特征(network, 看你属于哪个圈子), 又反映人与人, 人与群关系特征的社交关系网络

# SNS案例：Facebook中关系链的管理与信息传播

## 人与群



Network

1. 意义：作为人的属性标识
2. 功能：内容聚合以及人众互动，借助apps
3. 传播：push mail, Share



Group

1. 意义：根据同好聚合人际社交关系链
2. 功能：内容聚合以及人众互动，借助apps
3. 传播：push mail, Share

## 人与人



Friends

1. 意义：好友关系链，用于维护现有关系和拓展新关系
2. 功能：好友间互动
3. 传播：Feed, Share, Invite

## 群与群



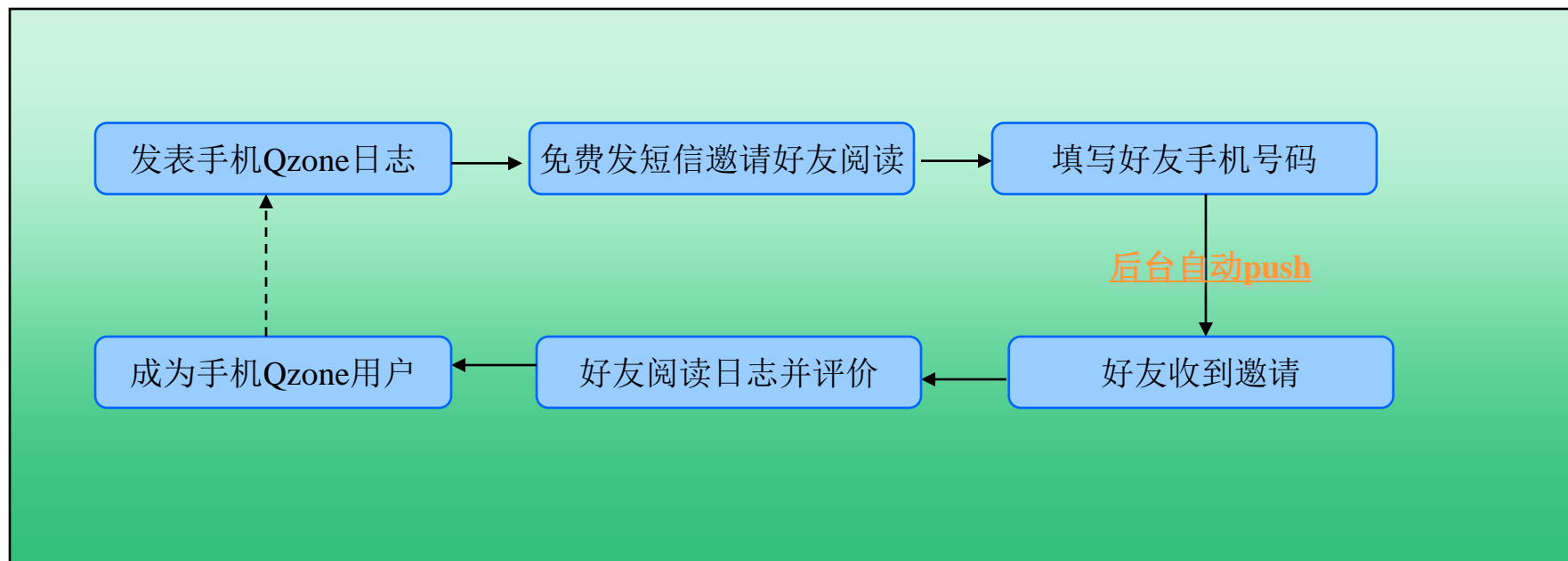
Network



Group

1. 意义：Network中可存在Group,丰富和强化Network里的内容与人们间的互动
2. 功能：内容聚合以及人众互动，借助apps
3. 传播：push mail, Share

# 手机Qzone关系营销案例分享



- 通过手机Qzone用户与手机好友之间的互动，成功拉动手机好友成为手机Qzone用户并形成闭环，从而达到意想不到的效果

# 如何把握变化的需求

---



掌握技术进步及动向



把准国家政策的脉搏



看准产业链的发展趋势



市场研究和CE的运用



产品体验优化设计

# 腾讯CE——CE常用方法及特点

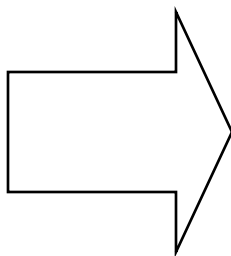
方法名称	适用阶段	参与人数	优点	缺点
焦点小组	概念阶段, 任务分析	6~9人	各种想法互相激发	分析困难
问卷调查	概念阶段, 任务分析	>30人	结果容易处理, 发现用户主观偏好	调查周期长
访谈	概念阶段, 任务分析	5人	可以深入了解用户	耗时, 结果很难分析
观察	任务分析, 反复设计	>3人	发现用户真实任务	很难进行实验控制
出声思维	反复设计	3~5人	准确了解用户想法, 费用低	用户感到不自然, 熟练用户很难用语言表达
绩效度量	最终评估	> 10人	结果容易比较	不能发现单个问题
后台数据	最终评估	>20人	可以发现常用或不常用的数据	侵犯用户隐私



# 产品体验优化设计

## 从以产品为中心到以用户为中心的转变

改版前



以个人统一操作为中心

改版后

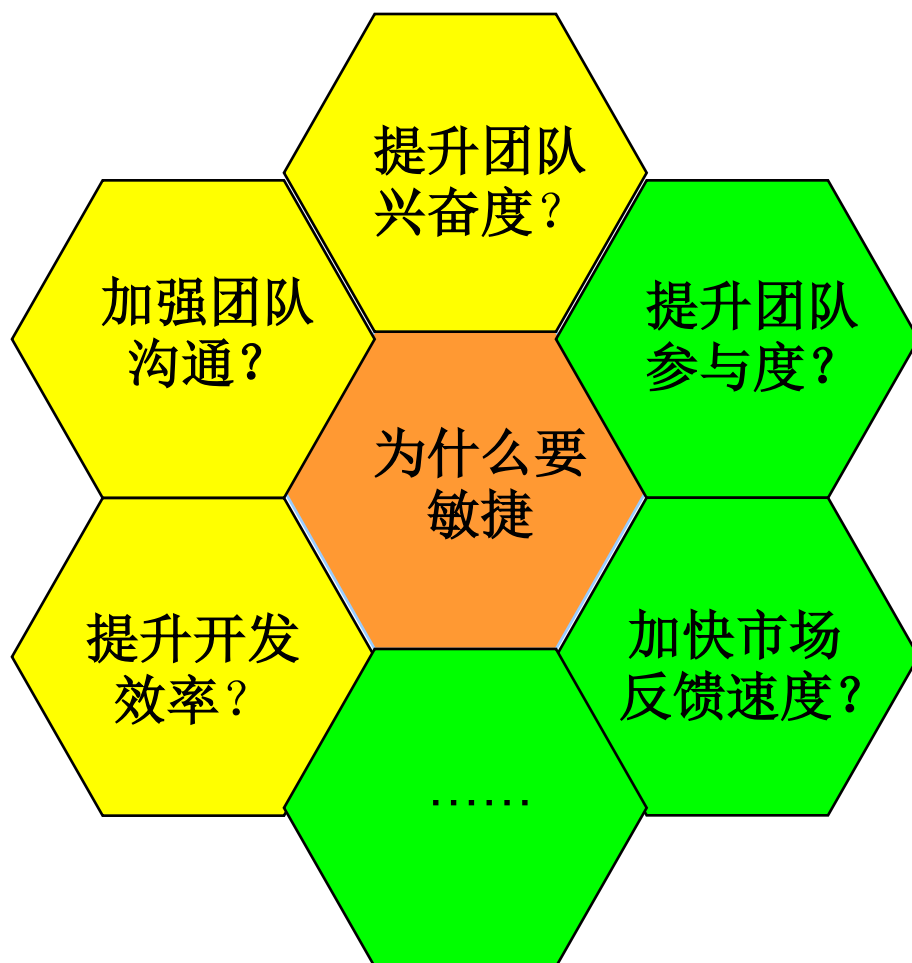


# 建立满足用户需求的运营体系

---

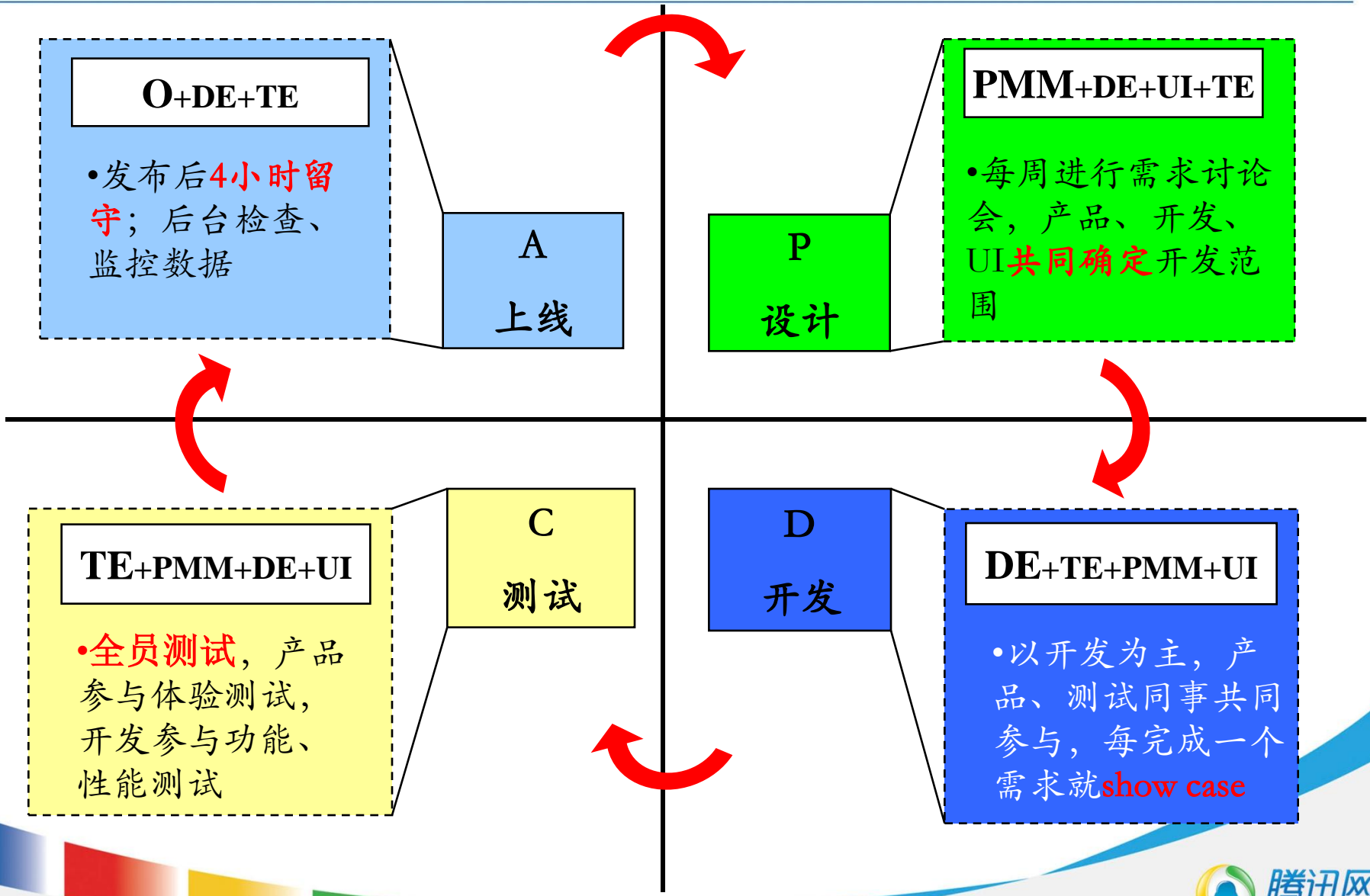
- 敏捷开发体系介绍
- 内容运营的价值链介绍
- CRM体系
- TTT广告平台
- 多元化的渠道体系
- 人才体系
- 组织架构

# 敏捷开发体系介绍

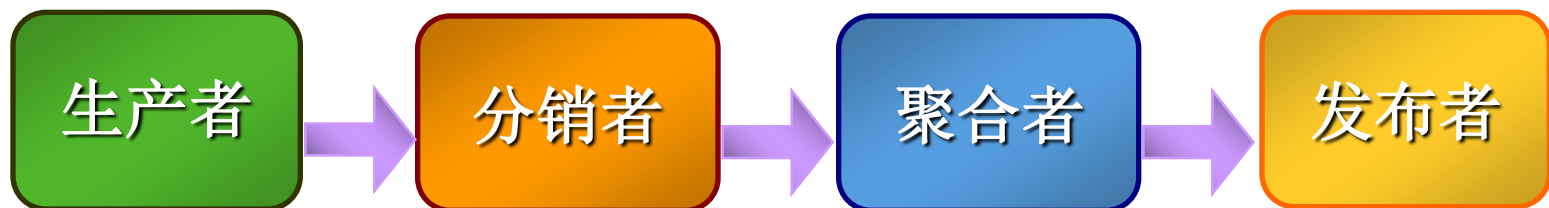


在动荡的环境中响应和创造变化的能力

# 敏捷开发：从传统的瀑布模型向迭代增量模型转变



# 内容运营的价值链体系 案例：Myspace Music频道产业链



● 艺人  
● 普通用户 (fans)  
● 音乐评论人

● 唱片公司  
● 数字音乐平台  
● 乐队组织  
● 电视节目

● 电视台  
● 媒体公司  
● 网络媒体

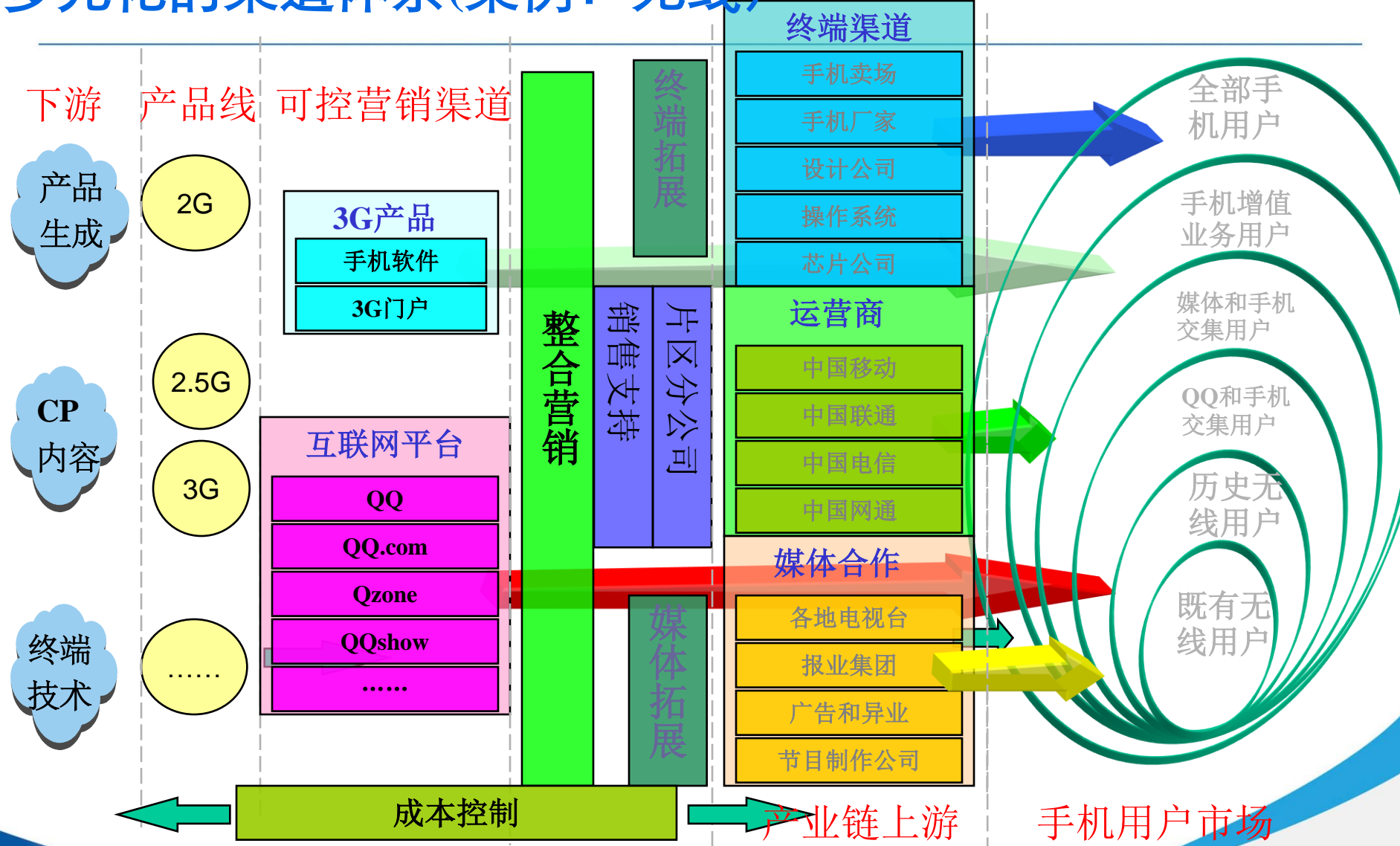
● Myspace Music

艺人在自己的profile中创造了blog、照片、音乐、video、演出活动内容；而普通用户和乐评人则会在自己的profile中围绕这些内容创造UGC内容，blog或图片等。

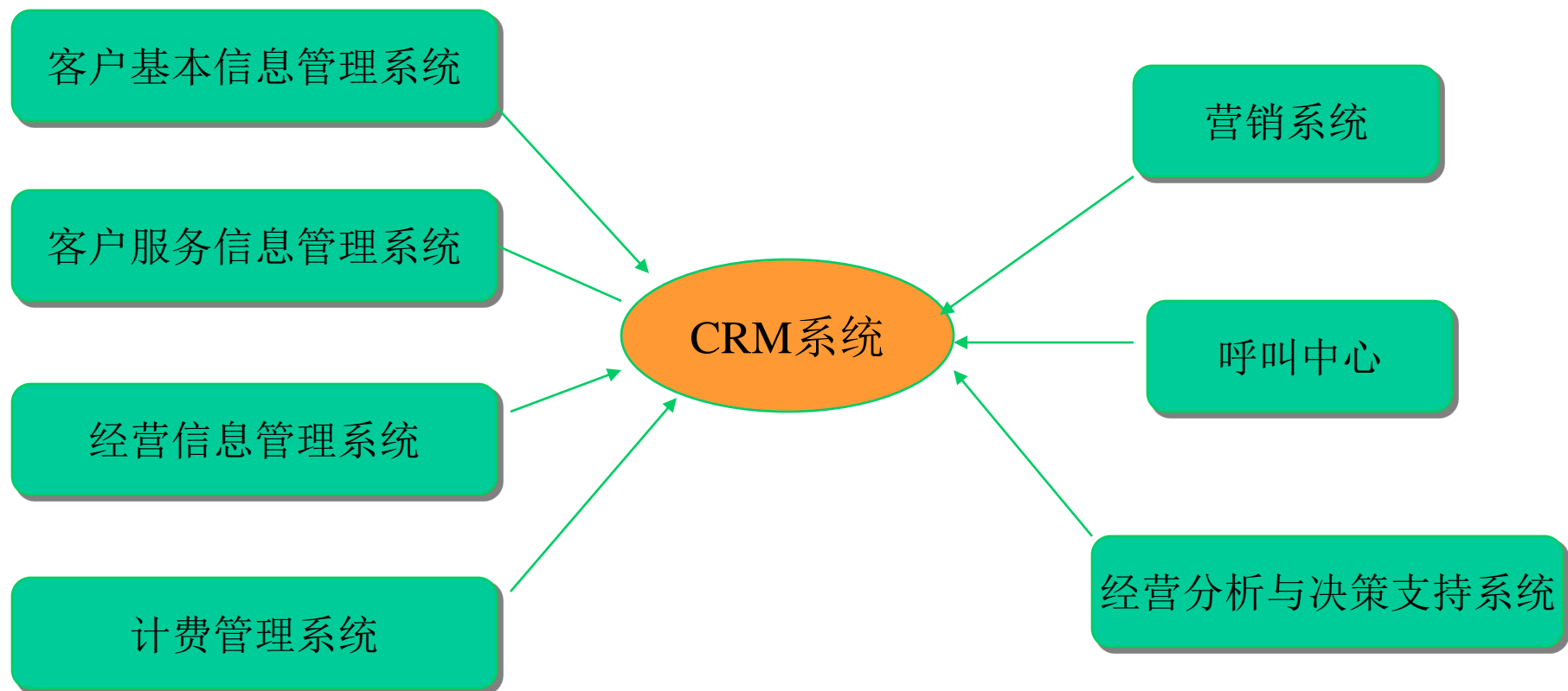
唱片公司：Myspace Records  
数字音乐平台：Snocap  
乐队组织：Secret show  
电视节目：Artistonartist

在Music频道，Myspace主要与生产者、分销者合作，或者用自己的唱片公司来购买一些生产者的内容，由于版权问题，主要点仍在分销者。

# 多元化的渠道体系(案例：无线)



# CRM体系



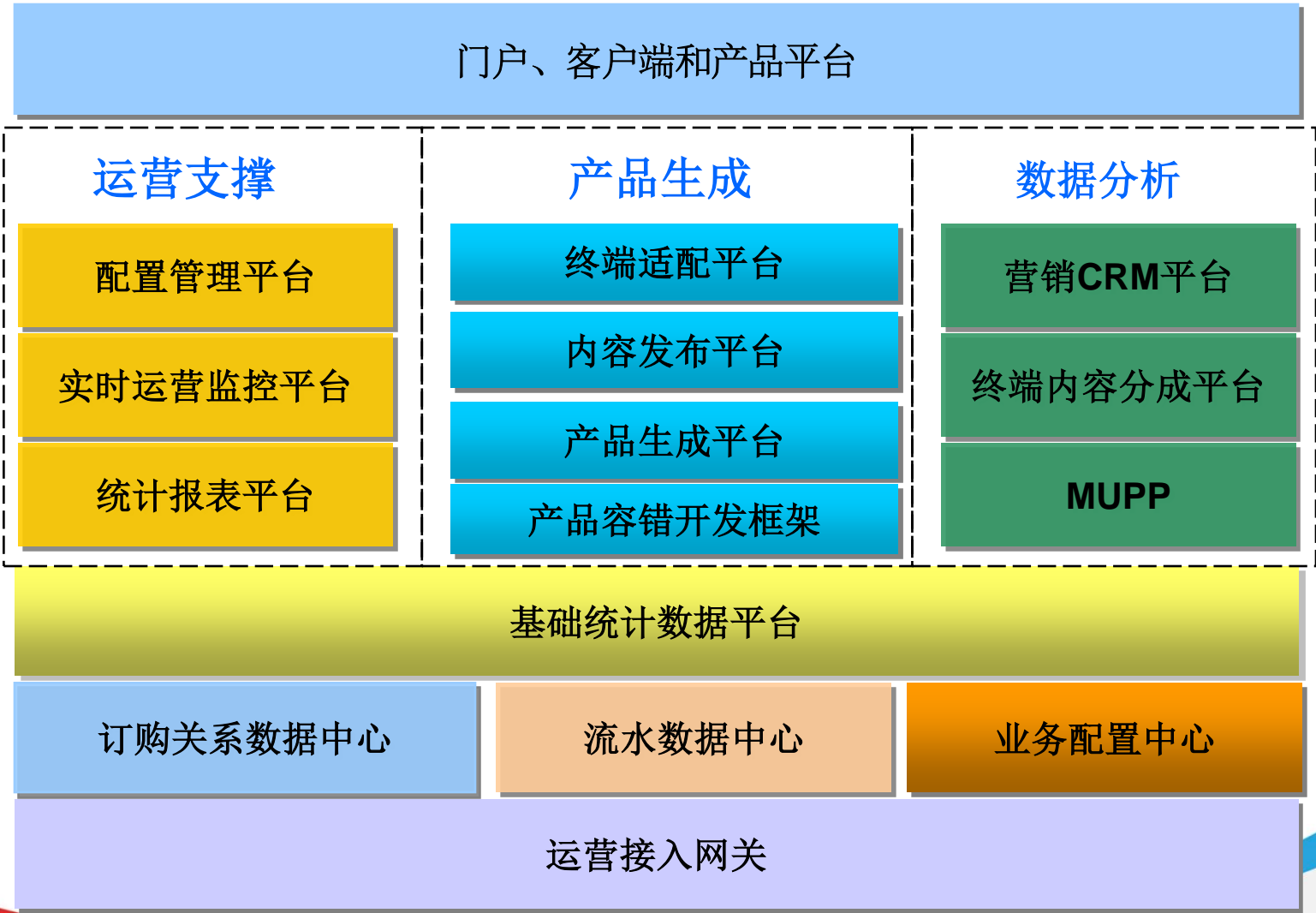
# TTT广告平台 ( Tencent MIND Targeting Tools )

腾讯智慧精准定向工具，未来更光明

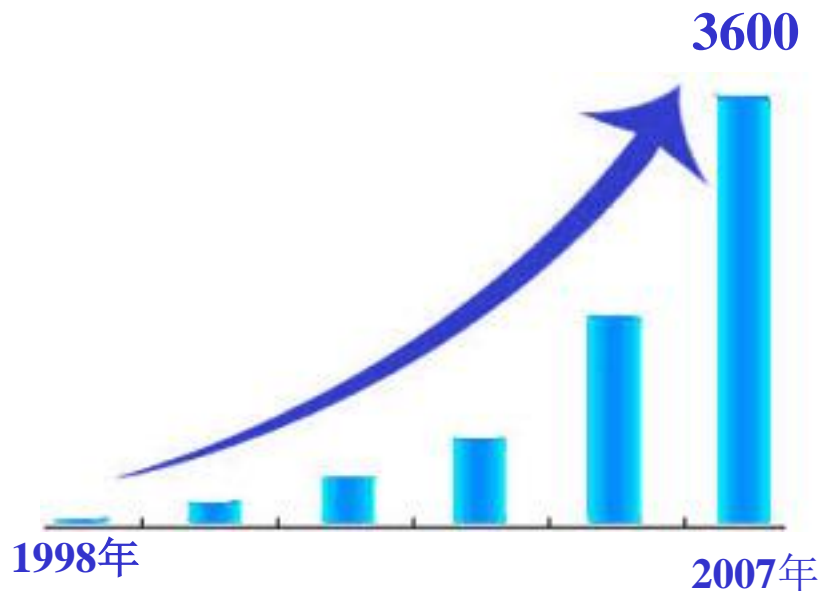
用户	地理	时间段	场景	行为/特征	重定向	.....
性别	省和直辖市	工作日	用户从哪里上网？	高端人士	对关注你的品牌/产品的用户进行	...
年龄	地级市	休息日		白领丽人	二次、深度影响	...
		日小时段		时尚潮儿		
				爱车一族		
				投资理财		
				IT迷		

正确的时间，正确的地点，正确的目标人群 → 意想不到的好效果！  
让 **Tencent MIND Targeting Tools** 助力您的下一个Campaign  
我们有你需要的、最好的精准定向工具

# 多元化运营平台满足细分用户需求



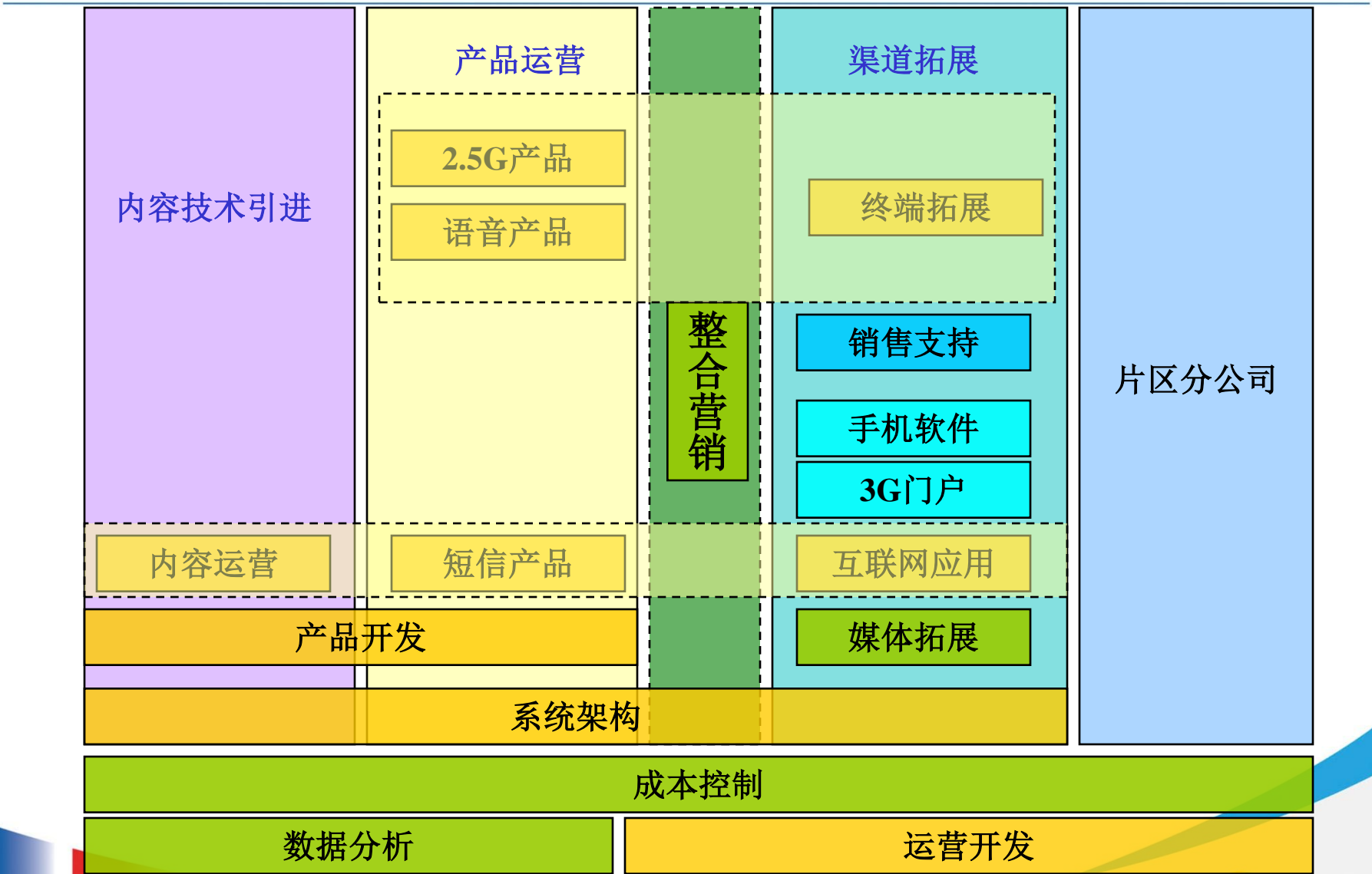
# 人才体系



- 现有员工3600多名，平均年龄28岁；
- 55%以上为技术开发人员，85.8%拥有本科或以上学历，其中：博士20名，硕士724名。



# 合理的组织架构的支撑（腾讯无线案例）



# Agenda

---

- 👤 发展用户是互联网业务发展的首要任务
- 👤 用户需求是业务发展的根本动力
- 👤 建立满足用户需求的运营体系
- 👤 建立用户价值导向的互联网文化

# 建立用户价值导向的互联网文化

## 创新文化

- 构建高激励的回报机制
- 争取行业优秀的人材
- 鼓励创新，允许失败

## 运营文化

- 构建运营主导的文化
- 强调运营持续优化
- 救火队员和保健医生

Thank you!

更多精彩资料，尽在阿丁论坛 <http://www.ading.org>  
电商导航微博地址：<http://t.qq.com/dsdhcom> 电商导航  
<http://www.dsdh.com>

