

以用户为中心的互联网运营体系



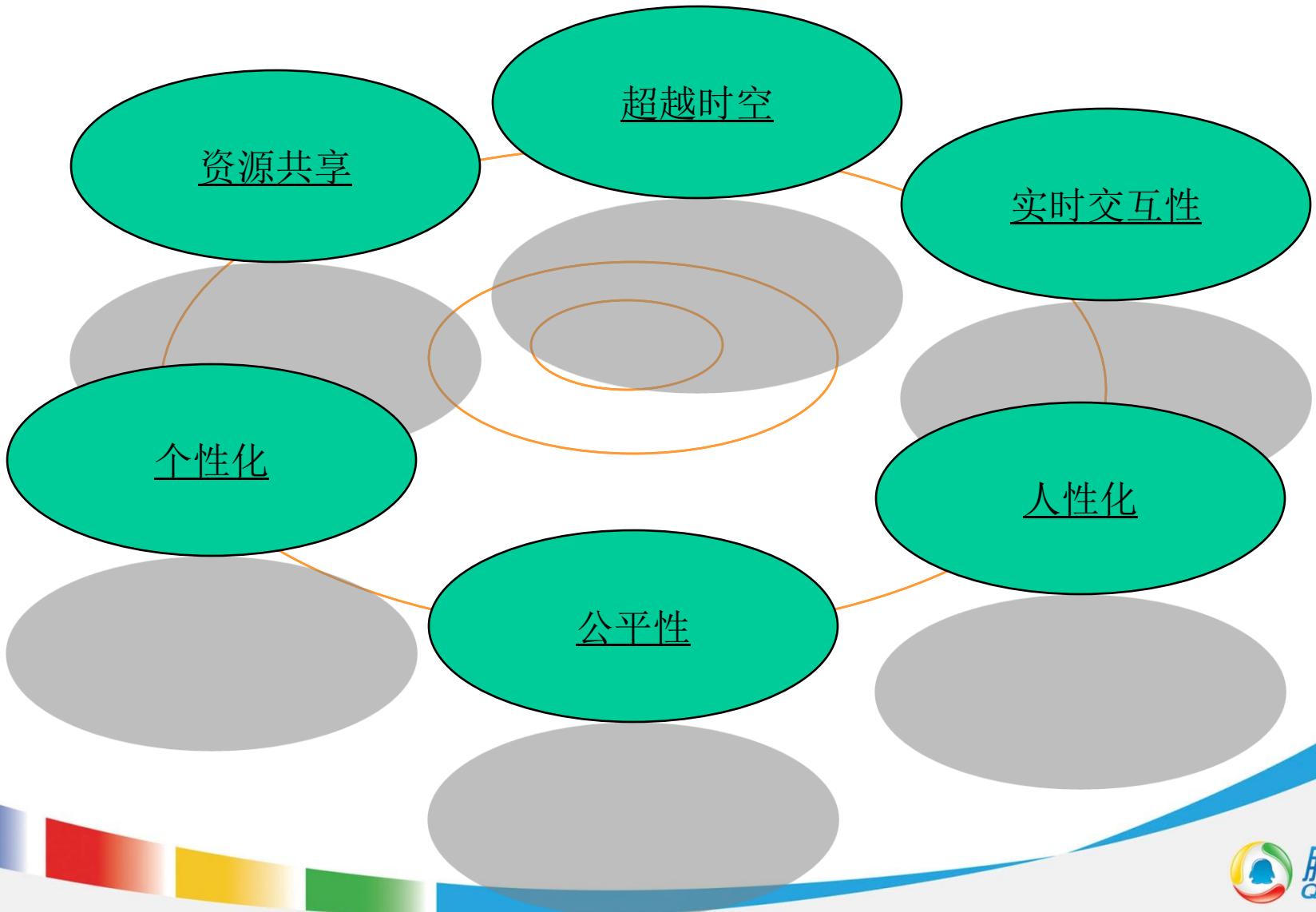
Agenda

- 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

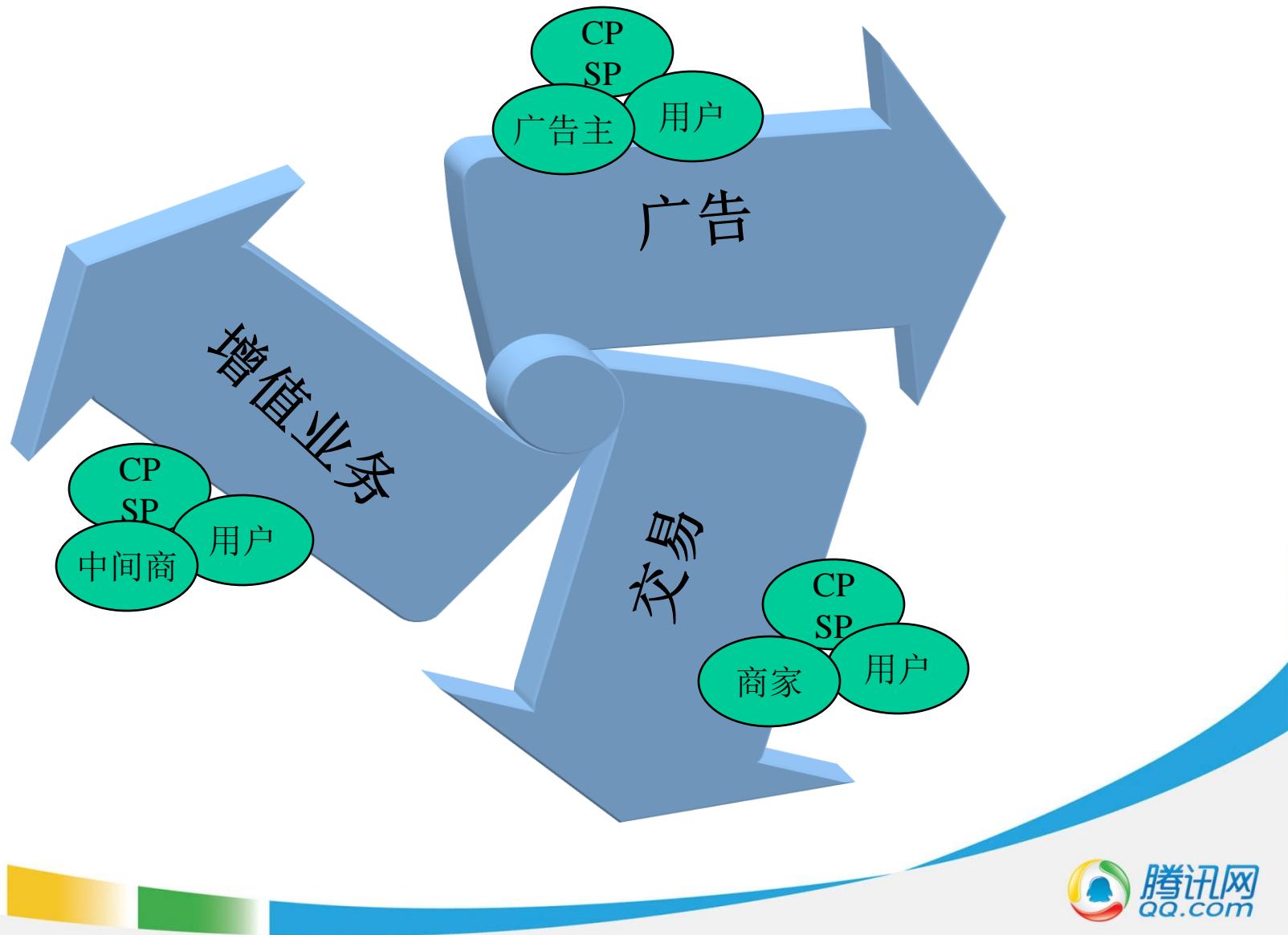
发展用户是互联网业务发展的首要任务

- 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

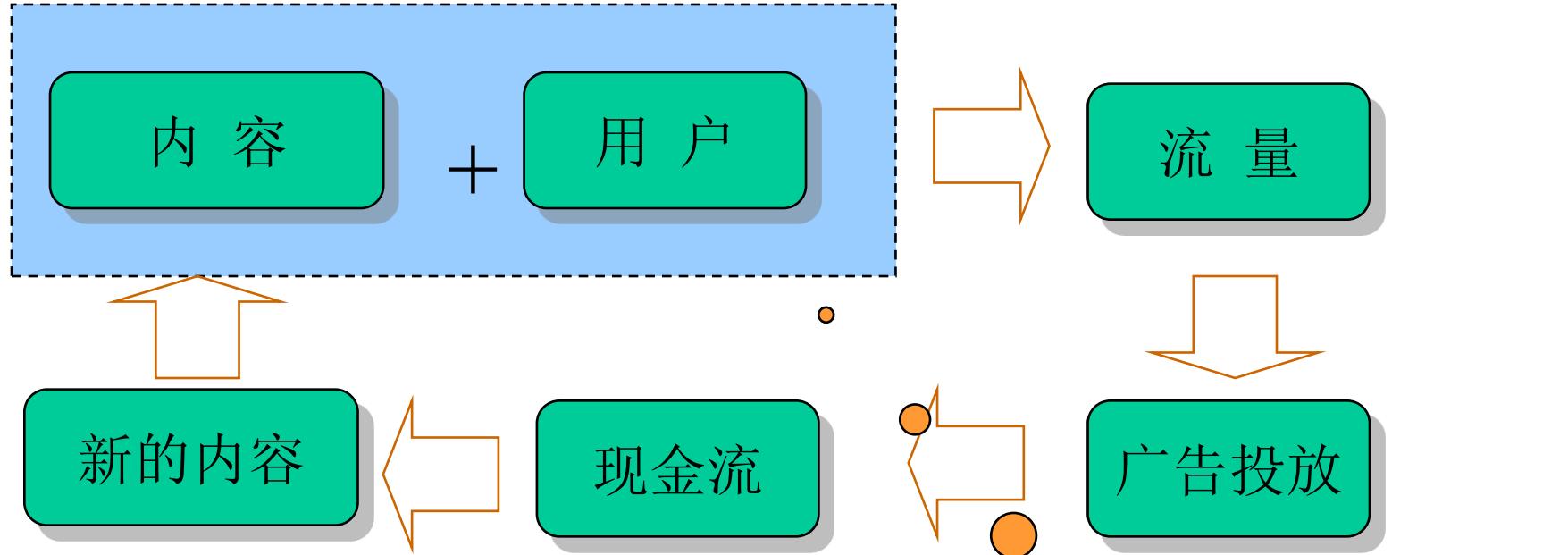
互联网的主要优势和特点



互联网业务的商业模式



互联网业务的商业模式一：广告



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

互联网的价值：成为广告主和用户直接互动的平台。

互联网业务的商业模式二：增值服务



QQ秀

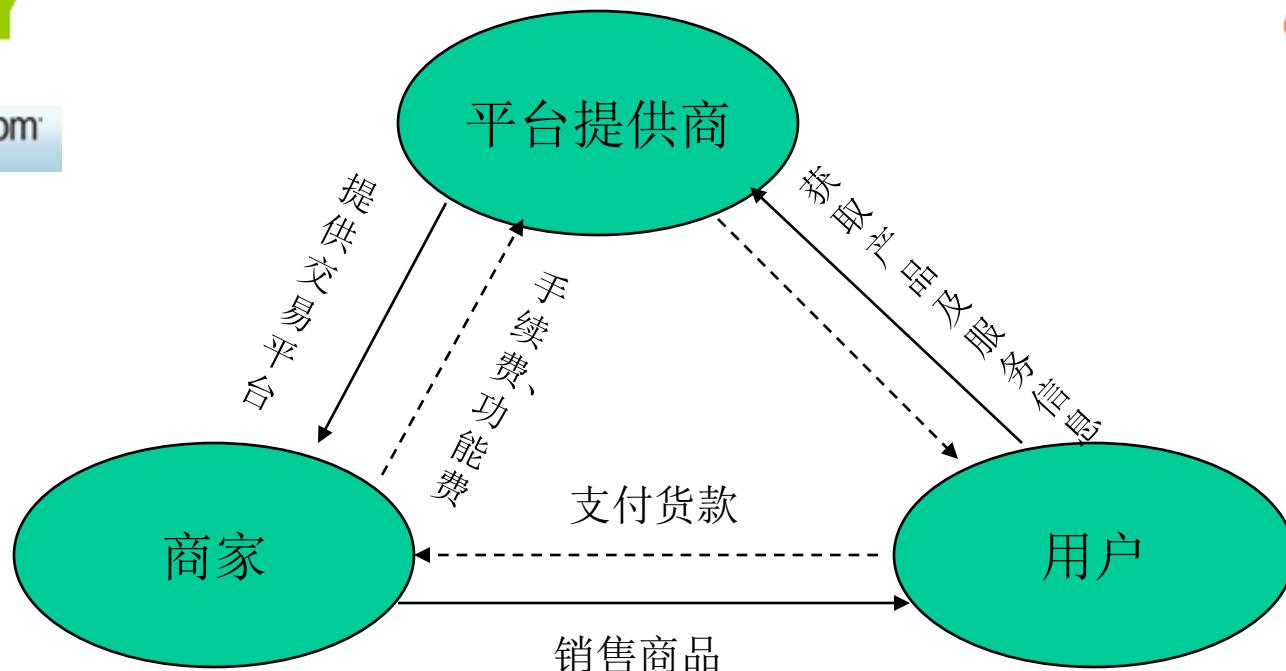


CP / SP: 提供服务，获取增值业务收益
用 户: 获取服务，满足需求，付费

互联网业务的商业模式三：交易



淘宝网

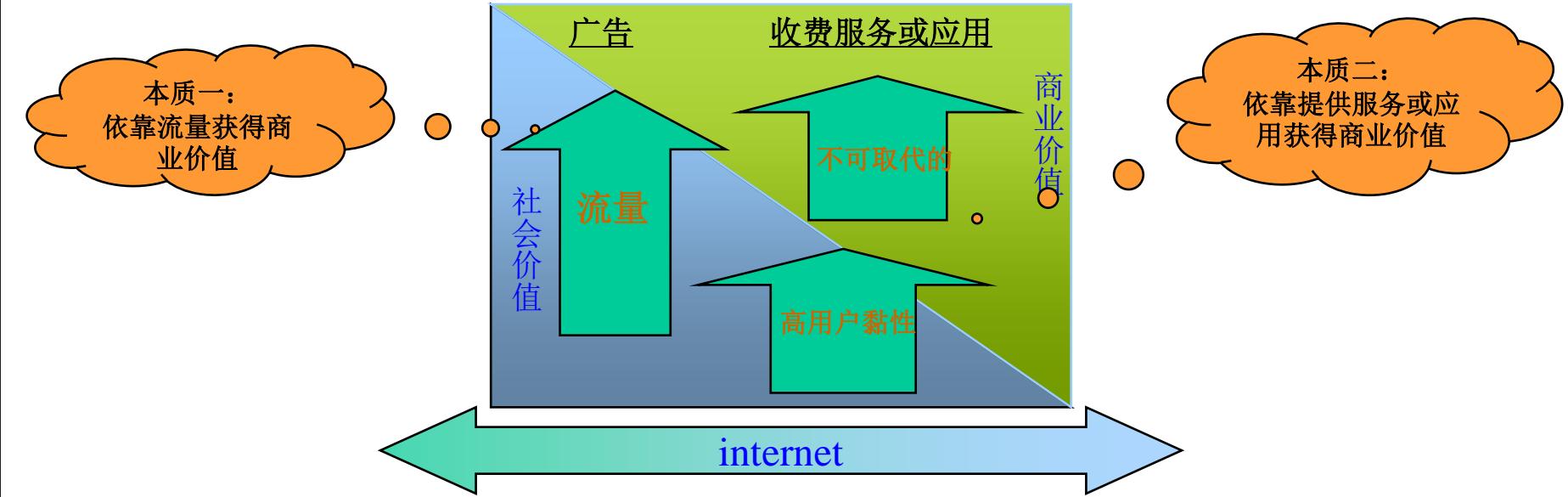


服务提供商：提供交易平台，获取手续费等收入

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

④ 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。

④ 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。

④ 马云：

互联网的本质是“分享”。

④ 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

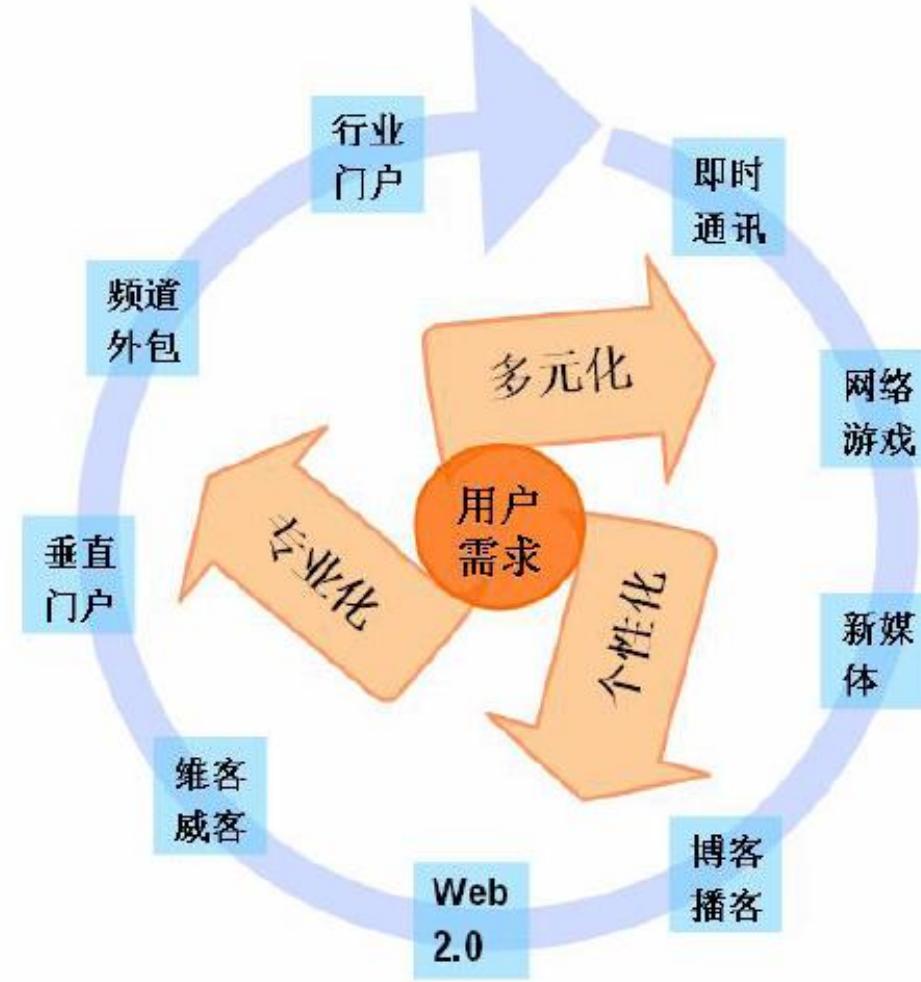
发展用户，以用户为核心

三种互联网商业模式无论哪种都得先发展免费用户群

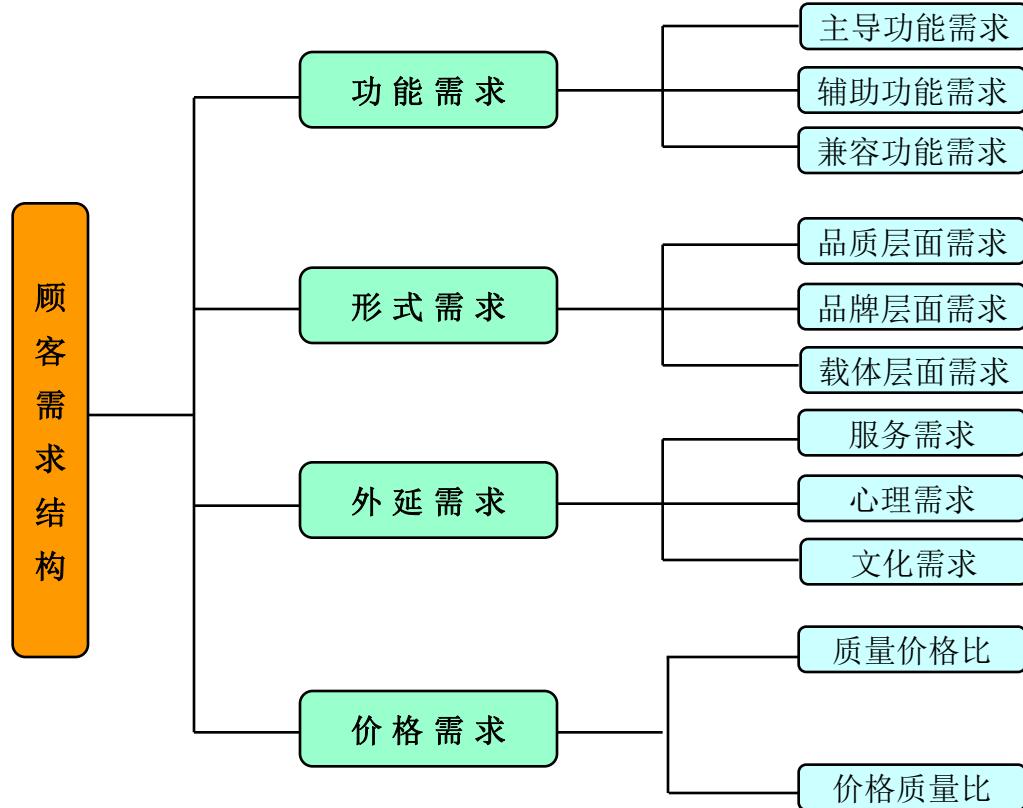
用户需求是业务发展的根本动力

- 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 

● 交友：QQ、Facebook、校内网



● 资讯：Sina等综合门户

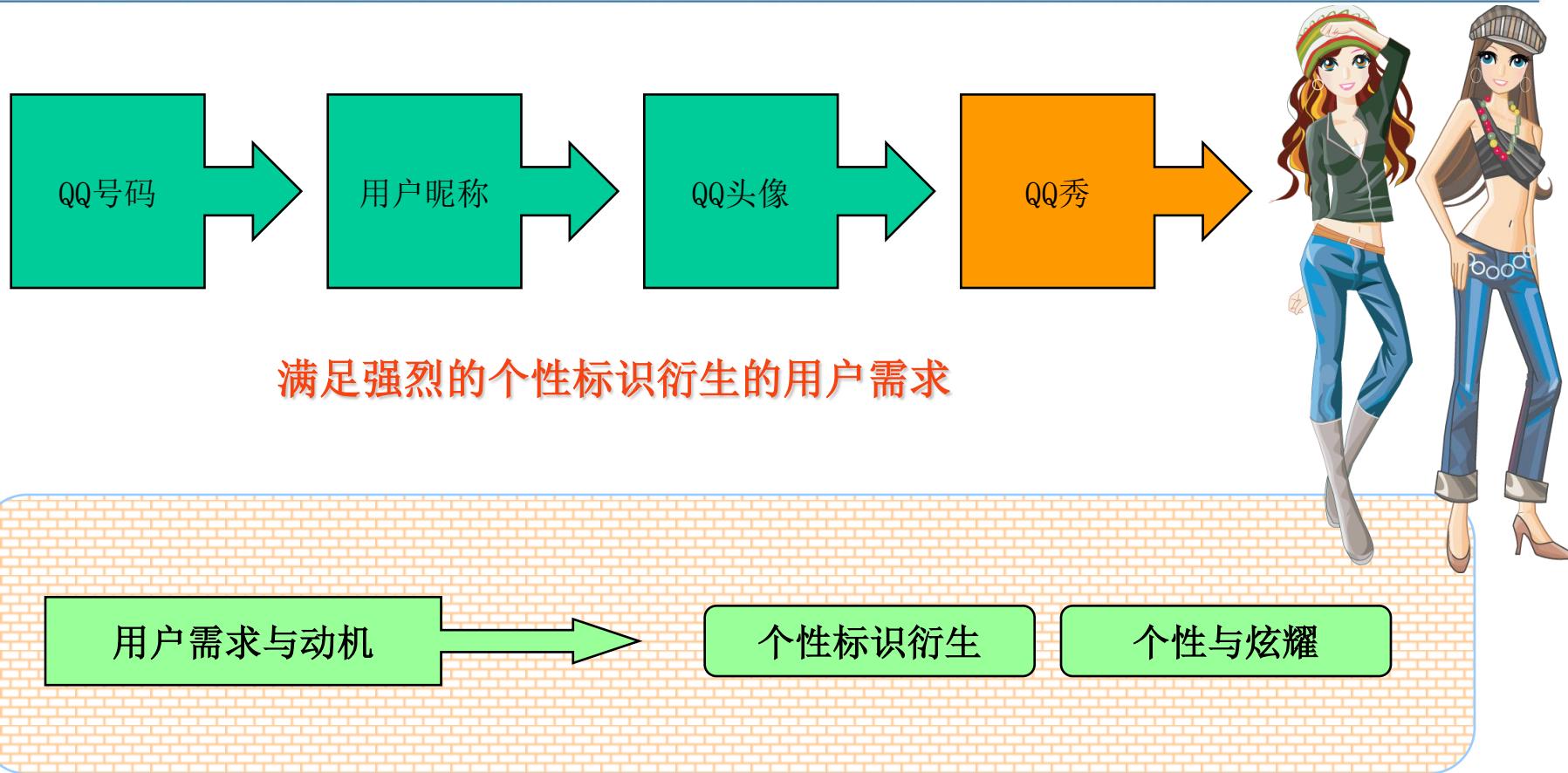


● 商务：携程、芒果网

● 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

사이월드 - Microsoft Internet Explorer

파일(F) 편집(E) 보기(V) 즐겨찾기(S) 도구(I) 도움말(H)

주소(D) http://cyworld.nate.com/common/main.asp

cyworld

HOME MINIHOMPY CLUB PAPER GIFTSHOP

EVENT MOBILE NATEON HELP

클럽 바로가기

미니홈피 클럽 페이퍼 선물가게

이동

아자! 아자! 힘내라 수험생

아자! 힘내라 수험생

온라인으로는 부족하다!
모든 문제가 숨숨~ 잘 풀리는 마법의 스킨부터
협력 기원하는 신비의 부적까지
선물가게 친구들이 드리는 협력 기원 상품전

수능 선물 모음전 보기 >

내미니홈피 UPDATE MY HOME

오늘 방문자 5
신규 게시물 1
받은 페이퍼 0
소중한 선물 0

미니홈피 미니미꾸미기

반가운 초대 0 새 쪽지 1
나의 도토리 0 충전하기

Lady Day at Emerson's Bar & Grill 서울 포모ing 이트홀 12.1. - 12.5

클럽새글보기 [RELOAD]

아직 가입한 클럽이 없으시네요?
사이월드에는 다양하고 재미있는
클럽들이 가득하답니다.
특별한 클럽하나가 평생을 좌우할
지도 모르잖아요?~

마음에 드는 클럽 찾으러가기>
새글관리 전체클럽

일촌소식 & 일정 NEWS & SCHEDULE

- 일촌소식 및 일정이 없습니다.
일촌관리 나의일정

http://cyworld.nate.com/messenger/msgapplet.asp?id=23501824&name=김재만 페이지 맵는 중...

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



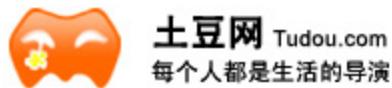
- 文字向图片和多媒体转变



- 有线无线的一体化

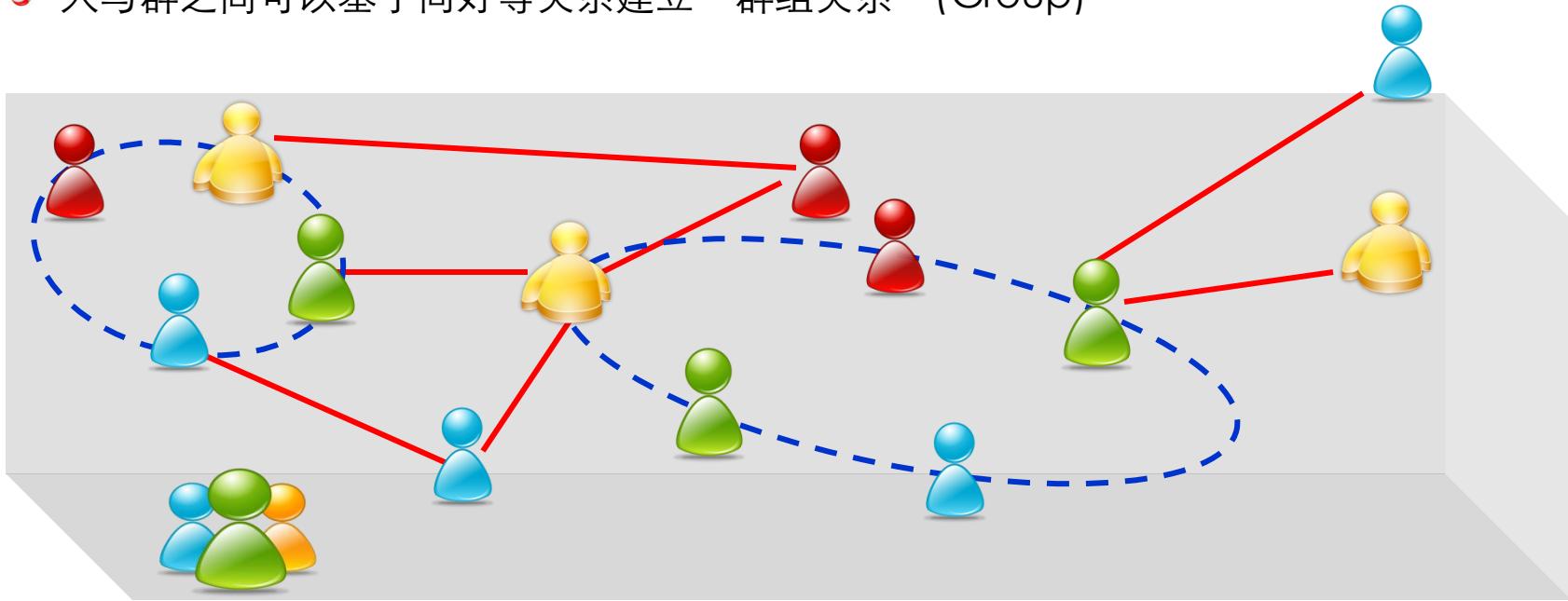


- 音乐、视频占主动



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



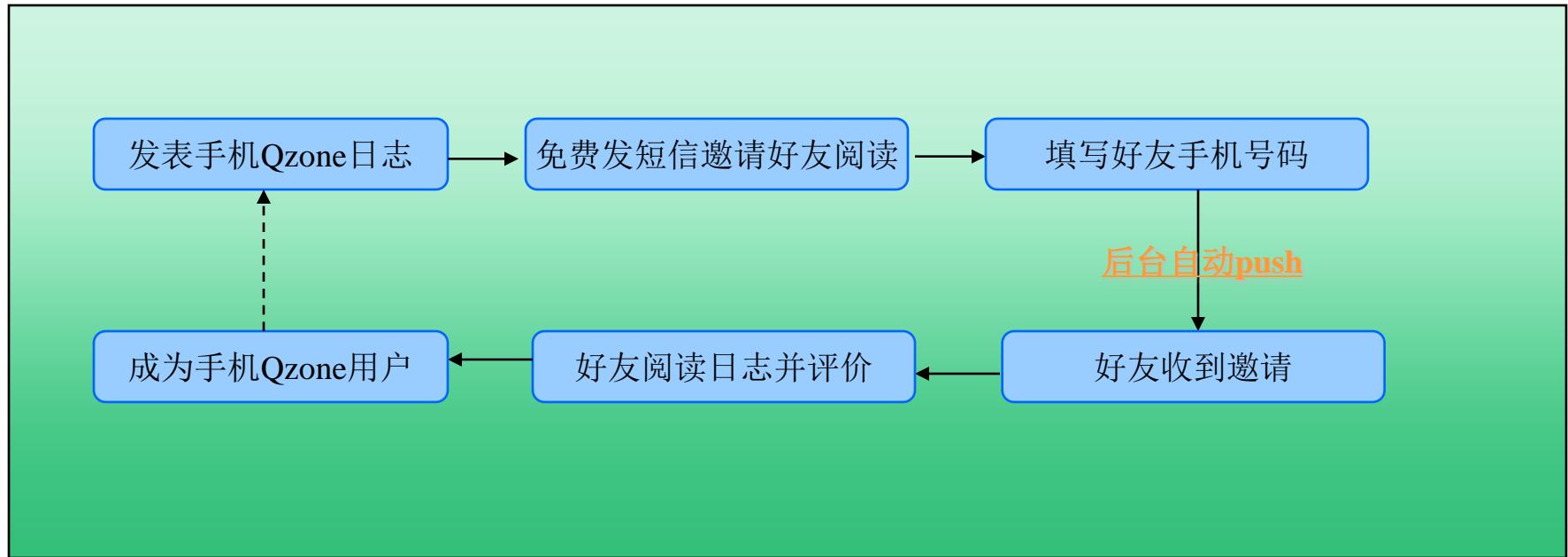
Network



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

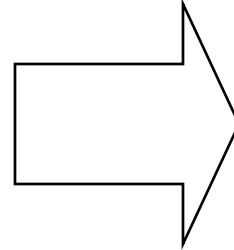
方法名称	适用阶段	参与人数	优点	缺点
焦点小组	概念阶段，任务分析	6~9人	各种想法互相激发	分析困难
问卷调查	概念阶段，任务分析	>30人	结果容易处理，发现用户主观偏好	调查周期长
访谈	概念阶段，任务分析	5人	可以深入了解用户	耗时，结果很难分析
观察	任务分析、反复设计	>3人	发现用户真实任务	很难进行实验控制
出声思维	反复设计	3~5人	准确了解用户想法，费用低	用户感到不自然，熟练用户很难用语言表达
绩效度量	最终评估	>10人	结果容易比较	不能发现单个问题
后台数据	最终评估	>20人	可以发现常用或不常用的数据	侵犯用户隐私



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



改版后

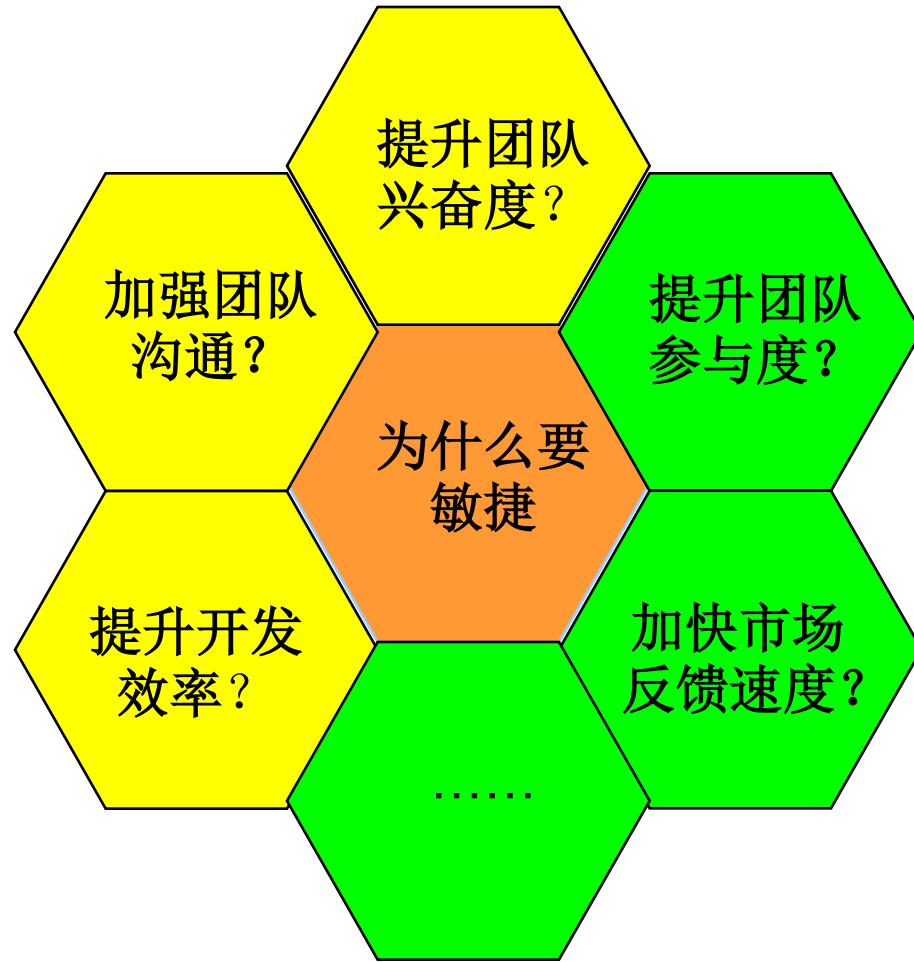
个人中心首页 活动专区 会员
QQ无线 > 个人中心
您好，南极！
绑定手机： 关联邮箱：
QQ积分： 超级QQ等级：
修改我的无线秀
个人设置
个人中心 手机绑定 自写彩信 无线QQ秀 趣味游戏
手机主题 手机图铃 爱墙字条 会员邮件 活动专区
短信游戏
智力换Q币 快乐换Q币
我的QQ爱
免费贴字条

以个人统一操作为中心

建立满足用户需求的运营体系

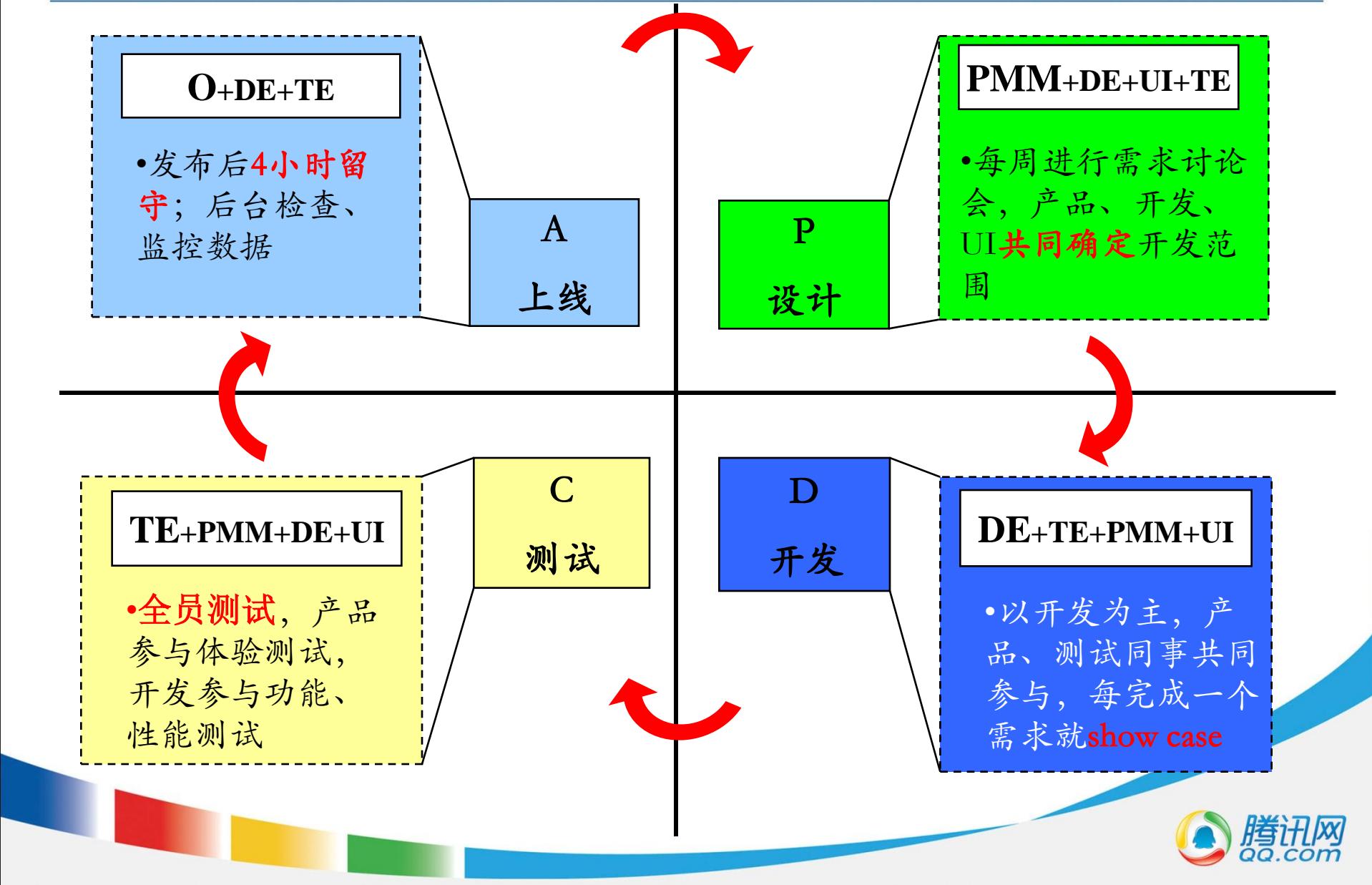
- 敏捷开发体系介绍
- 内容运营的价值链介绍
- CRM体系
- TTT广告平台
- 多元化的渠道体系
- 人才体系
- 组织架构

敏捷开发体系介绍

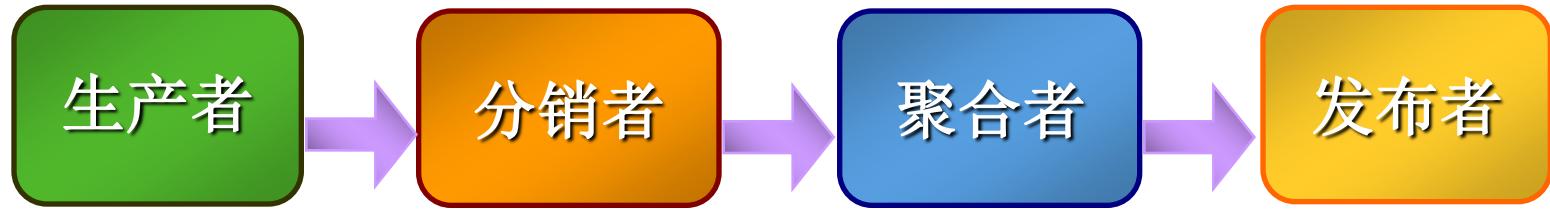


在动荡的环境中响应和创造变化的能力

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

艺人在自己的**profile**中创造了**blog**、照片、音乐、**video**、演出活动等内容；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
- 数字音乐平台
- 乐队组织
- 电视节目

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

- 电视台
- 媒体公司
- 网络媒体

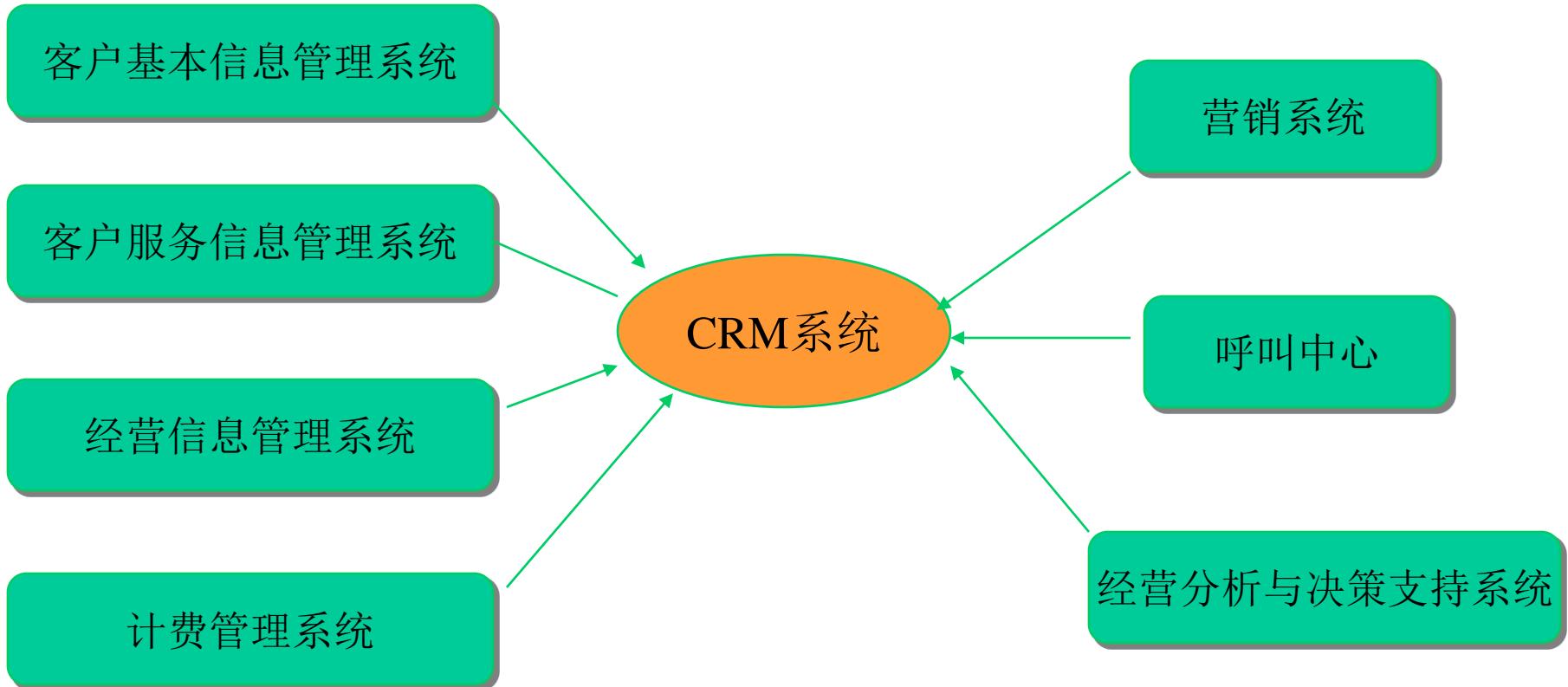
- Myspace Music**

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

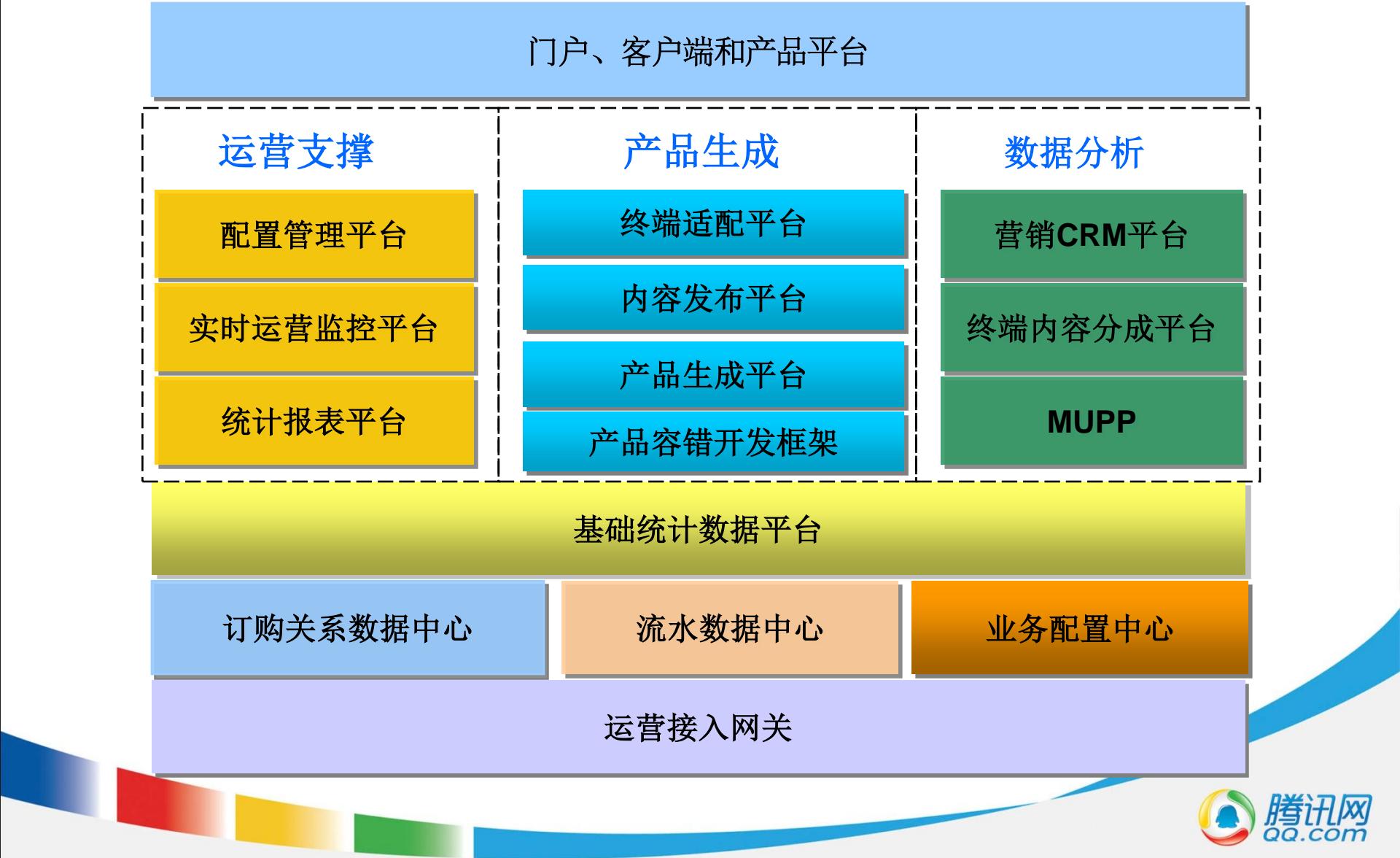
性别	省和直辖市	工作日	用户从哪里上网？	高端人士 白领丽人 时尚潮儿 爱车一族 投资理财 IT迷	对关注你的品牌/产品的用户进行二次、深度影响	...
年龄	地级市	休息日				...

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！

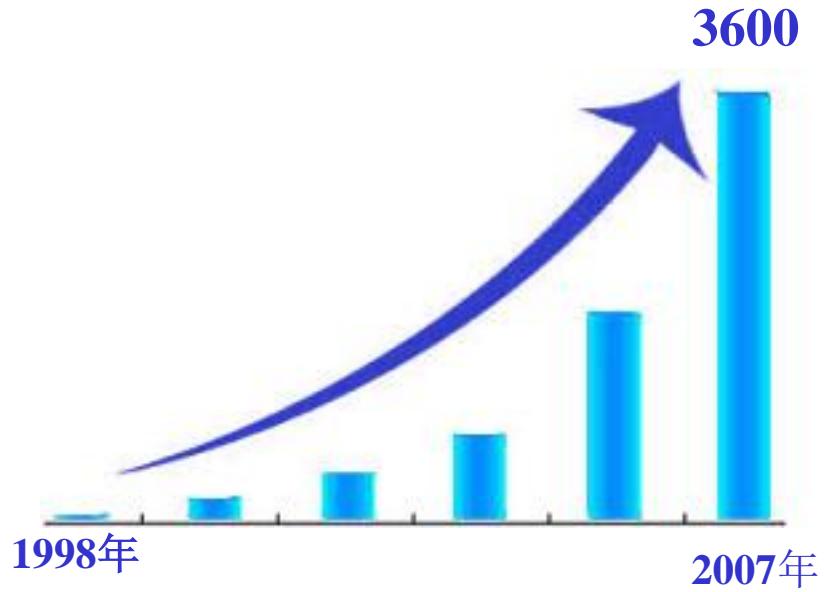
让 **Tencent MIND Targeting Tools** 助力您的下一个Campaign

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

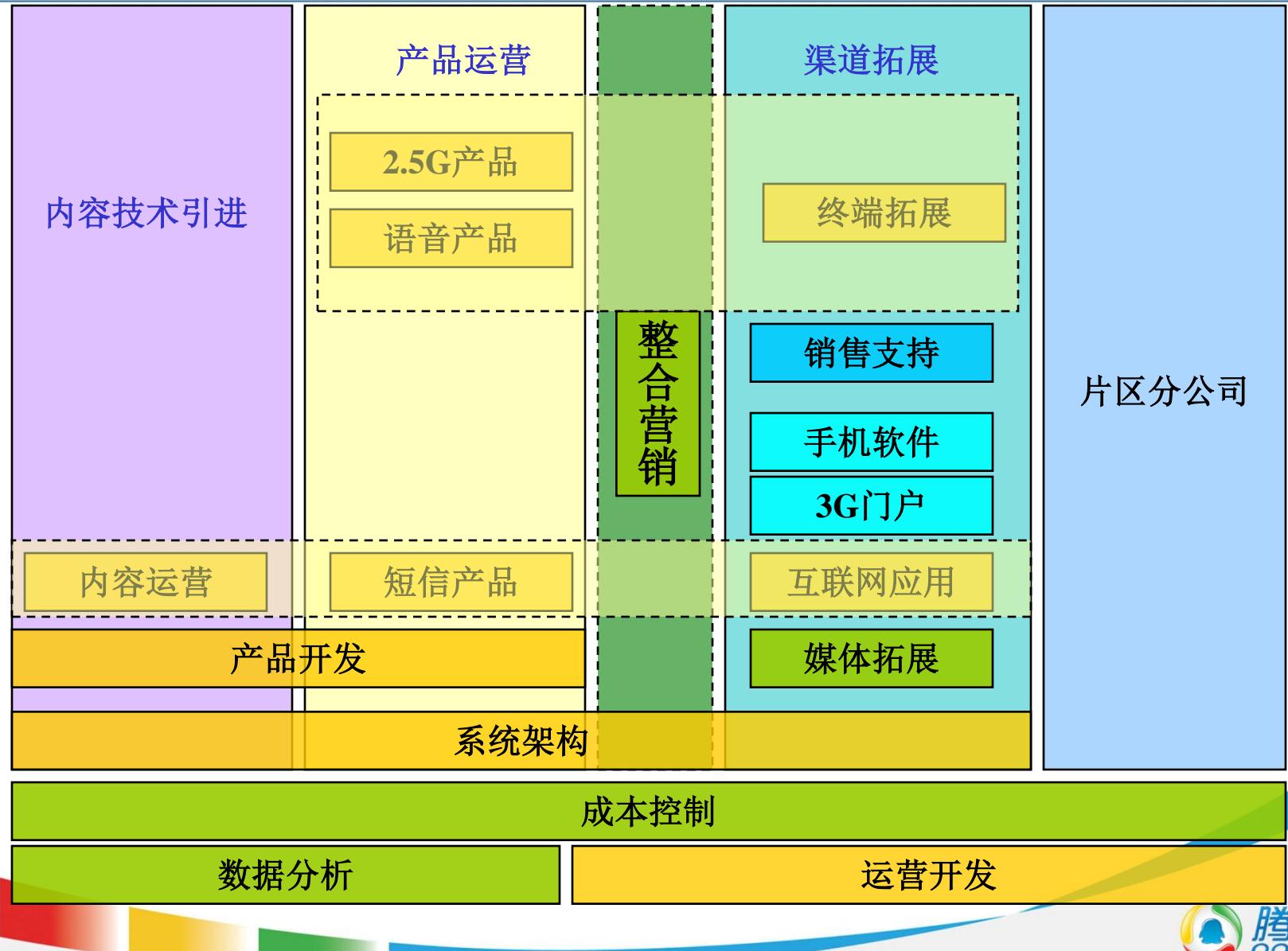


- 现有员工**3600**多名，平均年龄**28岁**；
- **55%**以上为技术开发人员，**85.8%**拥有本科或以上学历，其中：博士**20**名，硕士**724**名。



资料来源: HR, 2007年10月更新

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



- 构建高激励的回报机制
- 争取行业优秀的人才
- 鼓励创新，允许失败



- 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



A massive flock of birds, likely cormorants, is captured in flight against a bright blue sky with scattered white clouds. The birds are concentrated in two large, dark, swirling formations on the left and right sides of the frame, with many smaller birds scattered throughout the scene.

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>

