



运营岗 网友准备及参考

1. 假设目前你负责一个旅游类新网站的运营，请问如何获取第一批用户？
 - 1) 名人推荐(口头邀请)邮件邀请
 - 2) 链接邀请
 - 3) 二维码邀请（并说明通过扫描加入的购买机票、旅行费等可以减免一些钱）
 - 4) 用户导入（qq—>qqmail）
 - 5) 将产品信息，注册网址，甚至激活码印制到实体卡上，通过线下发放邀请用户注册。
 - 6) 人人 微博 微信推广
 - 7) 软文推广法
 - 8) 视频推广法
 - 9) SEM 搜索引擎推广
 - 10) 校园推广 礼物可以是相关旅游类物品
 - 11) 对于在网上提问的用户如百度知道、搜搜知道等类似问题进行回答
 - 12) 和大网站导航合作 让其把你加入导航首页
 - 13) 将旅游信息、优惠活动发布在 58 等类似的网上
2. 豆瓣社区并没有刻意营运，营运所做的事情都应该有产品来实现，你同意吗？为什么？



只有好的产品才能真的抓住用户，光运营就算吸引来了用户也容易让其流失

说到“不运营”，阿北（白熊标注：阿北是豆瓣的创始人杨勃）主要的意图是在说关于社区运营有时候容易误入歧途的问题。他的“不运营”概念，实际上是他认为一个好的社区首先要做好产品气质和交互模式，让社区“自激震荡”起来(这个是我的说法，不是阿北原话，但意思应该差不多)，而不是只想着依靠人为推动和“运作”。

对于豆瓣类的产品来说，放养只是形式或者外衣，而运营则与产品交融在一起，没有独立开来，就像一篇散文——形散而神不散，而“神”就是创办人给豆瓣注入的气质，也即“魂”，其实这就是运营，是产品无法实现的。这种“神”的任何变幻都会引起豆瓣产品的细微变动，而不是产品的细微变动在左右“神”的变动。

总体来说，豆瓣的创办人更像教主，属于精神领袖，而不像其他网站，创办人更多的只是创办人而已。

从用户出发，忘记自我，去理解用户，产品应该做到专注，通过专注达到产品的极致。用户价值就会带来商业价值。

美团网在这一年中稳扎稳打，在低调中不断成长的故事。以及开心网从新起点出发的心态的看法。

产品讲究用户体验的观念已经被大众接受消化，并进一步提升，但更重要的是用户价值。互联网是一个找到“答案”和给“答案”的地方。用户能在你的网站上找到他所需要的东西，或者是体现用户的自身的价值。满足这两点将会增加用户粘度，形成强关系用户。而产品的变革和升级



要完全能够满足用户的需求，那就是用户价值观决定产品的发展方向。

营者是引导网站内容符合绝大多数用户需求，从而体现产品价值。

3. 百度某一款产品，比如百科、知道、贴吧希望进校园吸引用户，设计一套方案(计划、收益成本、衡量效果、人员安排)。

百度知道 or 贴吧，大屏幕展示以吸引人，可以直接在网上互动，在学校大屏幕显示。百度知道可以以后发展成一个社团热心帮人解决问题的那种，百度贴吧上的互动题材可以选取校园最佳情侣一类的闪亮话题。人员可以利用勤工俭学的名额与学校合作，节省人力方面的花销。

4. 列出一个你最熟悉的互联网产品，说明现阶段及以后的发展方向。

微博—支付宝合作 or 易付宝—直接购物。

5. 设计一个全国高校产品运营师的策划，包括但不限于目标需求，目标人群，解决方法，项目环节等。

首先是审核，将不适合的内容过滤掉;其次是推荐，通过人工筛选将优质的内容呈现在重要的位置，让其增加曝光率，目的是传播产品的内容价值观。运营人员追求的并非只有流量，还有产品内容价值观的普及。UGC 型的产品，运营人员要做的就是引导用户群自发产出合适的内容，同时维护符合产品价值观的内容氛围。媒体型的产品，运营人员只要尽力满足大部分用户群的口味就好了，基本思想是用户需要什么给什么，只要不过。一是建立完善 Q&A 机制，解决用户投诉和困难，为他们



提供更好的人性化服务。二是主动邀请有价值的用户来使用产品。用户维护包括调解用户群的矛盾，奖惩，等级分配，氛围等。对社交类的产品，用户维护包括身份审核，隐私保护，用户关系，投诉等。用户维护是产品与用户群之间的情绪管理，在某种意义上代言了产品形象并与用户对话，能够非常有效地提高用户的忠诚度和产品品牌形象。一个好的策划师不仅有创新点子思维，而且他非常了解自己的产品，非常了解自己的用户，能结合产品特点和用户特点去策划组织活动，能控制好活动的氛围和节奏，最终为产品带来计划内的促进效果。

因此运营人员同时也承担了一部分，甚至是大部分的用户研究的职责。既理解用户的需求，又理解产品的结构，提升产品设计上的可靠性。给策划组提出的意见也是更靠近用户的

6. 请写出大众点评网核心用户的特点和贡献的动力，以及维护和拓展这些用户的方向。

D 币 酒店体验活动 邀请好友可以返利

7. 对自己的性格、经历等方面的分析，说明为什么会适合运营师这个岗位。

- 1) 超强的社交网
- 2) 敏锐的信息嗅觉
- 3) 过硬的营销技巧
- 4) 策划



- 5) 合作
- 6) 公关
- 7) 创新性及执行力

8. 设计网站的方案

9. 功能手机销售策略

任何一个产品的特点，都可以用来放大，突出这个特点加以说明和概括。这些特点就是该产品的买点。针对性的销售，把消费者需要了解的特点告诉他就可以寻找客户——访前准备——接触阶段——探询阶段——聆听阶段——呈现阶段——处理异议——成交(缔结)——跟进

增加一个新的模块“猜你喜欢”



icebear.me

白熊事务所致力为准备求职的小伙伴提供优质的资料礼包和高效的求职工具。礼包包括**互联网、金融等行业的求职攻略**；**PPT模板**；**PS技巧**；**考研资料**等。

微信扫码关注：**白熊事务所**，获取更多资料礼包。

登陆官网：**www.icebear.me**，教你如何**一键搞定名企网申**。