



## 2.4.1 产品运营的概念及工作思路

薛梅



1

**产品运营的概念及工作思路**

2

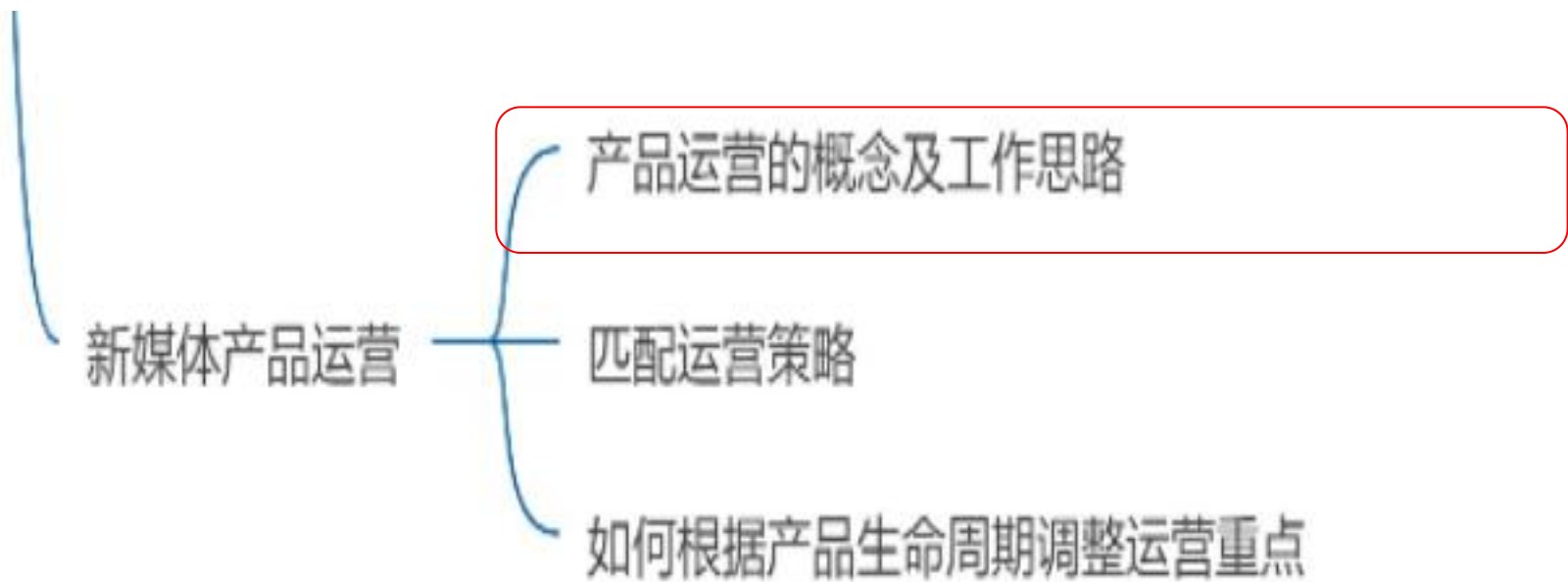
**匹配运营策略**

3

**如何根据产品生命周期调整运营重点**

# 课程思政

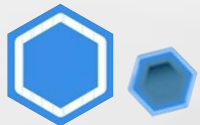
- 社会责任
- 遵守知识产权保护法
- 精益求精的工匠精神





# 4.1

# 产品运营的概念及工作思路



产品

连接

价值





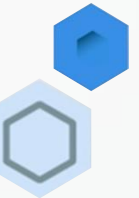
## (1) 产品

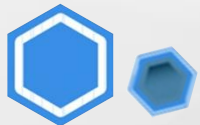
“互联网产品”可以从两方面来理解。

**狭义的“互联网产品”**，指的是独立开发的网站或软件，如电脑网站、电脑客户端、手机软件、游戏、H5等。

而**广义的“互联网产品”**可以更细化，企业入驻某平台后销售的商品或开发的功能，如微信小程序、网易云课堂的课程等，都涉及到产品开发、推广等环节，同样可以称之为“互联网产品”。

新媒体运营，产品是根基。俗话说“巧妇难为无米之炊”，有了产品后，才能围绕产品开展**内容、用户、活动**三个模块的运营工作。





## (2) 连接

产品运营者需要做好与**用户**、**开发者**、**其他运营者**的三方连接，其日常工作也围绕这三方角色展开。

序号	具体工作	连接对象
1	挖掘用户需求	用户
2	倾听用户反馈	用户
3	产品测试	开发者
4	产品升级	开发者
5	用户意见反馈	开发者
6	推送产品软文	内容运营团队
7	设计用户策略	用户运营团队
8	策划产品活动	活动运营团队







## (3) 价值

产品运营是企业新媒体运营的价值体现。运营者不能只关注活动人气、内容阅读量等数据，而是必须想方设法吸引用户为产品买单，帮助企业实现其营销目的。

例如，“西瓜助手”是一款公众号内容运营一站式服务产品。为了邀请更多用户使用产品，西瓜助手提供免费的“广告价值诊断”“运营数据年报”“什么值得写”等功能。



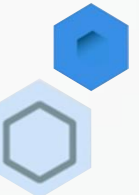
广告估值报告

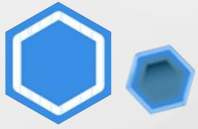


运营数据年报



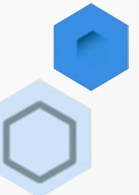
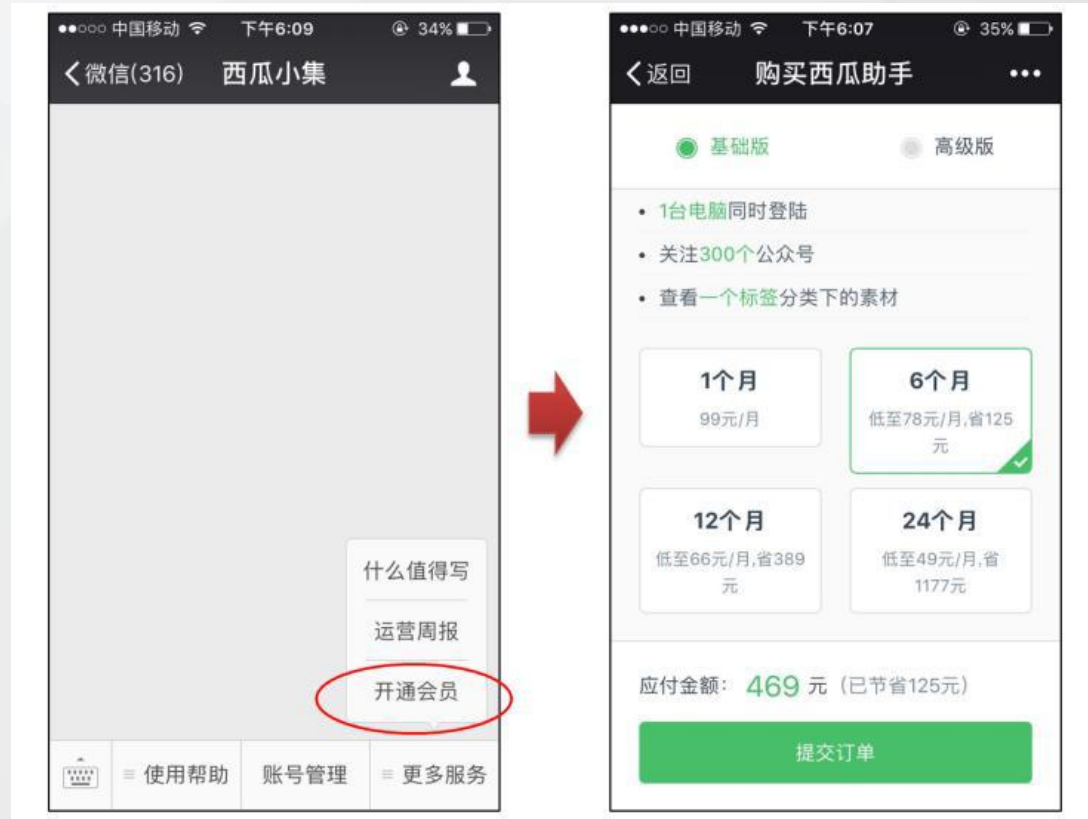
什么值得写





# 产品运营的概念

在获取用户后，西瓜助手邀请用户成为其付费会员，享受更多高级功能。通过“鼓励用户使用免费功能、引导用户使用付费产品”的方式，西瓜助手实现了其盈利目的。

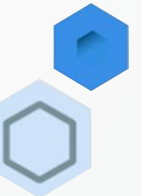




## 课堂讨论

回忆一下：你为哪款互联网产品付过费？为什么会付费？

- (1) 微博
- (2) 美团外卖
- (3) 网易云课堂
- (4) 滴滴出行
- (5) 爱奇艺
- (6) 百度网盘





# 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

## (1) 传统企业的产品运营：项目统筹、一次搞定

传统企业的主要业务通常在线下，其借助新媒体实现简单的企业形象展示、企业产品展示、企业活动宣传等，没必要开发专属的电脑客户端、手机软件，因此其“互联网产品”主要指官方网站、官方微信公众号等。



某传统企业官方网站



某传统企业官方微信公众号





## 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

**在传统企业负责产品运营，其工作思路是：项目统筹、一次搞定。**

**首先是项目统筹。**传统企业的产品运营负责人需要独立完成网站或微信公众号开发的全流程统筹工作，包括：开发需求整理、开发界面设计、开发进度跟踪、二次开发反馈等。

**其次是一次搞定。**网站、微信公众号、小程序等产品的外包性质决定了产品开发的阶段性——从开发到验收，第三方公司会围绕公司需求持续改进；一旦验收完成，第三方公司仅需负责产品稳定运行即可，改版需要另收费用。因此产品运营负责人必须提前做好页面设计、栏目规划、功能设计等，防止由于策划失误而导致频繁改版，增加开发成本。





# 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

## (2) 互联网企业的产品运营：用户沟通、产品迭代

互联网企业的“产品”不仅包括基础的官方网站、官方微信公众号，还包括手机软件、电脑客户端、游戏等，比如腾讯旗下的QQ、阿里巴巴旗下的淘宝、百度旗下的手机百度、美团旗下的美团外卖等。

互联网企业本身有网页开发工程师、产品UI设计师、软件开发工程师等岗位，一般不需要外包公司进行产品开发，此时产品运营负责人的工作思路由“项目统筹、一次搞定”改为“用户沟通、产品迭代”，即：**做好用户沟通，倾听用户反馈**，同时与开发工程师一同做好产品迭代与升级工作。



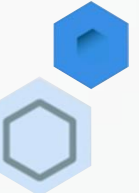
大众点评“客服中心”



百度网盘“帮助和反馈”



微信“意见反馈”





# 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

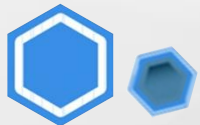
## (3) 传统企业产品运营的“互联网+”模式

“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果。对传统企业而言，借助信息通信技术以及互联网平台、让互联网与传统行业进行深度融合，有助于创造新的发展生态。

当传统企业尝试开发互联网产品并进行互联网转型时，作为产品运营负责人，必须马上识别出角色变化，并作出“互联网+”模式下的工作思路调整。

模式	产品运营思路	运营细节工作
传统模式	项目统筹	开发需求整理、开发界面设计、开发进度跟踪、二次开发反馈等
	一次搞定	第三方公司沟通、产品调试、产品验收等
“互联网+”模式	用户沟通	用户数据监测、用户意见管理等
	产品迭代	网站性能优化、软件版本更新等





# 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

## 案例1：

中国石油化工集团公司作为一家典型的传统企业，公司官方网站自从1997年3月注册开始，一直以企业宣传、产品介绍、新闻公告等功能为主。







# 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

而自2013年起，公司推出了“中国石化网上营业厅”网站，网站用于实现网上加油卡预约、订单查询、加油卡充值等功能。

The screenshot shows the Sinopec online service portal. At the top, there is a navigation bar with links: 首页 (Home), 绑定加油卡 (Bind Gas Card), 我的加油卡 (My Gas Card), 网上营业厅 (Online Service Hall), 我的水卡 (My Water Card), 会员中心 (Member Center), and 服务与支持 (Service and Support). The main content area is divided into several sections:

- 快捷通道 (Quick Channels):** A grid of 14 service icons including 用户信息维护 (User Information Maintenance), 安全管理 (Safety Management), 普通加油卡预约 (General Gas Card Appointment), 柴油专用卡预约 (Diesel Special Card Appointment), 发票额度查询 (Invoice Quota Query), 自助挂失 (Self-service Loss Report), 绑定加油卡 (Bind Gas Card), 自助预分配 (Self-service Pre-allocation), 业务查询 (Business Query), 订单查询 (Order Query), 服务网点 (Service Network), and 卡归属地查询 (Card Origin Query).
- 快捷通道 (Quick Channels):** A central banner for "中国石化加油卡增值服务" (Sinopec Gas Card Value-added Service) with the headline "免费道路救援活动全面启动" (Free Roadside Assistance Activity Fully Launched). It includes a QR code and a list of benefits: 不限时间 (Unlimited Time), 立即生效 (Immediate Effect), and 免费救援 (Free Assistance).
- 快捷通道 (Quick Channels):** A section for "中国石化易捷网" (Sinopec Ejoy365.com) and "中国石化加油卡积分增值服务" (Sinopec Gas Card Points Value-added Service).
- 快捷通道 (Quick Channels):** A "网银充值" (Online Recharge) section with a "充值卡充值" (Recharge Card Recharge) button. It includes input fields for "主卡卡号" (Main Card Number) and "充值金额" (Recharge Amount), and an "立即充值" (Recharge Immediately) button.
- 快捷通道 (Quick Channels):** An "公告信息" (Announcement Information) section with a list of recent announcements and their dates.

At the bottom, there is a footer with links: 我的加油卡 | 网上营业厅 | 服务与支持 | 下载中心 | 联系我们 | 关于我们. Below the footer, it states: 版权所有：中国石化销售有限公司 地址：北京市朝阳区朝阳门北大街22号 京ICP备 12001747号





## 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

随着中国石油化工集团公司的互联网转型升级，其互联网产品由典型的单一展示型网站变为“**企业官网+网上营业厅**”的双产品模式，作为公司的新媒体运营者也必须随之调整：

第一，**工作重点由内容变为用户**，从之前的“新闻编辑、新闻发布”改为“用户数据观察、用户反馈跟进”等。

第二，**工作思路从“一次搞定”到“优化迭代”**，对网站处理速度、报错次数等反复调优。





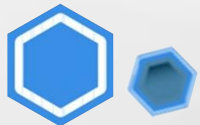
# 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

## 案例2：

与中国石油化工集团公司的互联网转型模式相似，中国移动通信集团有限公司（以下简称“中国移动”）也借助互联网进行了业务升级。

中国移动最早的网站较为传统，仅发挥了企业信息发布及企业形象展示的作用。





# 传统企业和互联网公司，产品运营有何不同

随着中国移动的互联网转型升级，公司的官网改为专注于用户的服务型网站，包括“办业务”“买手机”“换套餐”“查流量”等功能。





# “路人”变成“忠粉”的9种策略

## 实战训练

请分析你收到过的商家短信，看它是否吸引你点击？为什么？

