

网站运营模式有哪些(5分钟快速了解互联网的3种运营模式)

产品名称	网站运营模式有哪些(5分钟快速了解互联网的3种运营模式)
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	链动2+1:泰山众筹 寄售挂售:数字藏品 元宇宙:微三云
公司地址	东莞市石排镇瑞和路南东莞生态园松山湖高新技术创新园B栋2-5楼
联系电话	159****4030

产品详情

“我不想每天打电话给客户，都是重复的去推销产品，成长空间太小了。听说互联网运营的前景很好，我以后想做这个，从哪里学比较好呢？”应届生妹纸略带羞涩的问我，她已经在电销岗位做了大半年。巧的很，*近重新看了《从零开始做运营入门篇》这本书，书中的运营知识很基础，非常适合她这种互联网菜鸟。这本书将运营定义为一切能够帮助产品进行推广、促进用户使用、提高用户认知的手段，核心任务就是流量建设和用户维系。运营内容涉及三个层面，分别是内容运营、活动运营和用户运营。

1、内容运营 内容运营是指通过创造、编辑、组织、呈现网站内容，从而提升内容价值，吸引用户停留及增加活跃度。（1）内容运营考虑的问题

内容运营过程中，主要从定位、来源和标准化机制等3个方面去分析问题。

定位：有哪些内容？内容给谁看？希望达到什么样的目标？

来源：内容是从哪里来？由谁提供？可否持续产生？

内容标准化：要呈现哪些内容？如何做筛选？如何评判内容的质量？举个例子，简书定位是国内*优质的创作平台，用户群主要是喜欢写作，喜欢碎片化阅读，喜欢分享交流的网友。平台上的文章，都是来源于用户自己创作提供。推荐到首页或者收录到专题中的文章，则是经过人工筛选审核的。

（2）内容运营关注的核心数据 内容运营关注的核心数据主要是展示数据、转化数据、粘性化数据、扩散数据等，每一项数据下还有细分数据指标。内容运营核心数据

2、活动运营 活动运营是指通过开展独立活动、联合活动，拉动某一个或多个指标的短期提升。通常一个完整的活动流程包含策划、开发、测试、宣传、上线、监控指标、奖励发放、效果评估。（1）如何策划活动 策划一场活动时，首先要找一个理由。这个理由可以从时间维度去找，例如各种节假日或者店庆；或者从商品或者商品本身去策划，例如冰箱节或者游戏大赛等；或者借助当前的社会热点、娱乐热点、新闻热点等。找到策划活动的理由后

，就要写一份完整的策划方案，目的是让活动有理有据。活动策划方案从外部和内部去写，外部让用户明白参与规则；内部用于沟通交流。因此，一份完整的活动策划方案，包含活动主题、活动对象、活动时间、活动描述、活动规则详情、活动问题解答、投放渠道、风险控制、监测指标、成本预估、效果预估等。比如京东618年中购物节时，推出满1000返800券包的活动，给用户看的活动说明就很清晰。

京东返券活动（2）活动运营关注的核心数据 策划一场活动后，效果是否明显，主要是通过数据来反映。不同类型的活动，关注的核心数据指标是不一样的，这个主要活动的目的是什么。例如分享邀请类活动关注的

是分享次数及注册人数；而电商促销类活动主要的是广告点击率及付费转化率。活动运营核心数据

3、用户运营 用户运营是指以网站或者产品的用户的活跃、留存、付费为目标，依据用户的需求，制定运营方案或者运营机制。（1）用户运营的核心

用户运营的核心任务包括四个方面，分别是开源、节流、维持、刺激。开源：俗称拉新，目的是吸引用户注册，扩大用户规模。主要工作有两方面：（1）选择注册渠道和注册方式；（2）提升注册转化率，将新用户变为有效用户。例如网站或者APP除了支持手机或邮箱登录外，还支持通过QQ、微博、微信等第三方账号登录，目的就是扩大用户量。节流：就是减少流失用户。在这个环节当中，主要工作有三方面：（1）定义流失标准，用户多长时间不登录或使用产品，就意味着流失；（2）建立预警机制，什么情况下可能会导致用户流失；（3）召回措施，如果用户已经流失，可以采取什么样的手段挽回。比如游戏类产品，用户一个月不登录使用产品，通常意味着流失了。游戏公司可能就会通过赠送货币或者好友邀请回归等方式来召回用户。维持：促进用户活跃度及提高用户留存度。主要工作有三方面：（1）定义用户活跃及留存的标准，使用产品的频率是怎么样？每次使用的时长是多少？（2）提升用户留存率，做什么的事情增加用户对产品的粘性；（3）提升用户活跃度，要去识别用户的行为，提高用户使用产品的频次。例如腾讯欢乐麻将游戏，玩的时候要消耗欢乐豆，只要每天登录签到就会赠送欢乐豆，连续签到的话，欢乐豆会比前一天更多。这样就会吸引用户每天打开游戏，来玩一玩。刺激：就是促使用户转化成为付费用户。主要工作有两方面：（1）是怎么让未付费的用户掏钱；（2）怎么让已经付费的用户持续付费。还是以腾讯欢乐麻将为例，用户玩的时候需要消耗欢乐豆，豆子都用完了怎么办？那就花钱买欢乐豆，买2万送6000，买6万送2万等，不仅是想让用户掏钱买，还让用户尽量多买。

（2）用户运营关注的核心数据 用户运营关注的核心数据，在产品的不同时期是不一样的，和产品所处的生命周期有关。新产品关注注册量，相对成熟的产品关注用户活跃度及付费转化率等。用户运营核心数据如果是有心从事运营工作的小伙伴，了解理论知识后，一定要想办法实践。将理论应用于实践，再从实战中总结出适合自己的方法，才有可能在运营这条路上越走越远。