

# 赢在运营



[赢在运营\\_下载链接1](#)

著者:中原愚人

出版者:电子工业出版社

出版时间:2017-3

装帧:平装

isbn:9787121311895

经过20多年的发展，互联网已进入成熟期，流量红利慢慢终结，精细化运营阶段到来了。用户始终是互联网的核心，运营从根本上说还是要面对用户：找出一套解决方案，或

者找出一套优化的解决方案处理跟用户的关系以及由此派生的关系。这里的用户不但包含一般意义上的用户，还包含同事、上司、合作伙伴，甚至竞争对手。

运营工作存在一个三角形关系：价值、互动和人性。运营要通过互动才能实现用户价值，互动和价值都要以洞察人性为前提。

对人的了解是运营的基础和前提，相对于形而上的人性，了解用户具体的特征更有意义。《赢在运营——互联网用户、社群、社区运营》花了大量的篇幅介绍用户的认知能力、用户的社交特点、用户的心智模式和用户的行为特征，并在此基础上建立了运营模型，给出运营的具体办法。

《赢在运营——互联网用户、社群、社区运营》适合运营从业人员、创业者阅读，对于想了解人性、用户特征的人也具有参考意义。

作者简介:

目录: 第1章 什么是运营 / 1
1.1 运营就是处理跟用户的关系 / 2
1.2 运营三角形 / 7
1.2.1 人性论 / 7
1.2.2 价值论 / 14
1.2.3 互动论 / 23
1.3 运营方法论 / 28
1.3.1 跑起来 / 28
1.3.2 归因论 / 31
1.3.3 仪式感 / 36
1.3.4 贴标签 / 40
1.3.5 存在感 / 43
第2章 用户的特性 / 48
2.1 用户常常非理性 / 49
2.2 缺少系统的价值观念 / 53
2.3 用户不爱动脑子 / 56
2.4 天使与恶魔并存 / 60
2.5 用户像镜子 / 63
2.6 用户爱强者 / 65
2.7 脆弱的意志力 / 69
2.8 用户无社交 / 72
第3章 用户运营 / 77
3.1 用户运营的本质 / 78
3.2 用户运营的方法论 / 84
3.2.1 用户运营的框架 / 84
3.2.2 四句心法与运营人员的自我要求 / 88
3.2.3 一个漏斗模型和两个阶段 / 93
3.3 用户运营的方法 / 100
3.3.1 区分用户的需要与需求 / 100
3.3.2 搞定关键人物 / 104
3.3.3 让用户参与进来 / 107
3.3.4 降低用户的认知成本 / 111
3.3.5 调整用户的期望值 / 115
3.3.6 管理用户的体验 / 118
3.3.7 用户的情感运营 / 124
3.3.8 给用户设立成长阶段 / 126

3.3.9 给用户划分类型，各尽其能 / 128
3.3.10 杜绝意见领袖的绑架 / 131
第4章 社群运营 / 133
4.1 什么是社群 / 134
4.2 社群的作用 / 137
4.3 关系型社群和内容型社群 / 140
4.4 如何建立社群 / 145
4.5 如何运营社群 / 148
4.6 如何维护社群活跃度 / 152
4.7 社群如何商业化 / 155
第5章 社区运营 / 160
5.1 社区死了吗 / 161
5.2 什么是社区 / 165
5.3 搞定你的流量 / 170
5.4 把流量掌握在手里 / 175
5.5 社区发展不靠版主 / 178
5.6 搞定第一批用户 / 182
5.7 搞定意见领袖 / 186
5.8 让用户找到自我 / 191
5.9 等级、勋章、积分 / 194
5.10 给用户立法 / 197
5.11 培养忠诚用户 / 200
5.12 结束语 / 204
第6章 微信公众号运营 / 205
6.1 给公众号一个明确定位 / 206
6.2 服务号与订阅号该如何选择 / 209
6.3 地方性公众号铁三角法则 / 210
6.4 地方性公众号如何变现 / 213
6.5 公众号如何吸粉 / 215
6.5.1 通过文章吸粉 / 215
6.5.2 通过产品吸粉 / 217
6.5.3 通过投票活动吸粉 / 217
6.6 UU跑腿：粉丝50万人，每天进账100万元 / 225
6.6.1 商业模式 / 226
6.6.2 业务逻辑 / 229
6.6.3 后台服务 / 232
6.6.4 公众号定位与运营 / 235
第7章 活动运营 / 238
7.1 活动是多目标系统 / 239
7.2 调整期望值，让活动效果更好 / 242
7.3 从用户维度设计活动 / 244
7.4 案例1：霸王餐活动 / 246
7.4.1 目标群设定及分解 / 246
7.4.2 期望值管理 / 248
7.4.3 用户参与及活动流程 / 249
7.5 案例2：火锅店宣传 / 251
• • • • • <a href="#">(收起)</a>

[赢在运营\\_下载链接1](#)

## 标签

互联网

运营管理

运营

管理

080-商业

08-经营

运营方法论

推荐

## 评论

关于人性的部分 其实蛮有启发的

---

人性运营。

---

【人性】人为了生存所体现出来的行为特征。【运营体系】价值，人性，互动。  
【运营方法】先跑起来，提供理由，仪式催眠（敬畏力量），提供标签，提供存在感。  
【用户特性】群体下非理性，缺少价值观念，懒得思考，自私又互助，感性互惠，崇拜强者，脆弱意志力（需要及时反馈），缺乏社交内容。

---

我们不需要完美的方案，只需要一个好方案。能解决问题的方案就是一个好方案。

有一些启发

这本书里还是有很多2逼内容，用户不能长期独处???? 所以都开始赶到一个群里吗？重要的是便宜 还得分享  
这个费劲1.利用贪行吗？你又不是新闻，目的是要买东西，光看你能行吗？如何让他买的关键就是，让他们先朝着你希望的方向行动起来，方向是确定的明白吗。2.完成注册了？认知？这不重要，重要的是下一步用户要干嘛？和我们能怎么引导

书中列举的案例详实，关于运营的三个核心关键点：人性论、价值论和互动论。抓住这三点的要素，配合具体的实践活动，会有不错的结果。

没有太多可学习的内容…

废话较多，举例较少，后面问题为提问题而有问题

[赢在运营\\_下载链接1](#)

## 书评

1.跑起来问题总是会存在的，我们需要的不是彻底解决所有问题，而是让工作或者项目处于有序前进的状态。  
出现问题不一定需要完美的解决方案，只需要一个好方案。能解决目前的问题的方案就是一个好方案。解决步骤1.对事情进行优先级划分；步骤2.找到驱动力。  
运营工作中，矛盾始…

就是关于人性的一本书 就是关于人性的一本书 就是关于人性的一本书  
就是关于人性的一本书 就是关于人性的一本书 就是关于人性的一本书  
就是关于人性的一本书 就是关于人性的一本书 就是关于人性的一本书

就是关于人性的一本书 就是关于人性的一本书 就是关于人性的一本书 就是...

-----  
[赢在运营\\_下载链接1](#)