



第二十四届中国学习与 发展年会

2020年10月28-29日，北京





联系我们

地址：上海市武宁路99号我格广场办公楼1001室

邮编：200063

电话：+86 21 6056 1858

Fax：+86 21 6056 1859

邮箱地址：marketing@hrecchina.org

网站：www.hrecchina.org



无运营 不平台

--用产品思维运营在线学习平台

刘琳

58同城 学习发展总监

Contents

目录

01

聊聊我对“运营”的理解

02

58神奇学院的探索与实践

Contents

目录

01

聊聊我对“运营”的理解

- 什么是运营？
- 运营的目的是什么？
- 谈运营时我们是在思考哪些问题？

在线学习平台的三个关键要素



关于运营，我们需要先澄清的问题

- 什么是运营？
- 运营的目的是什么？

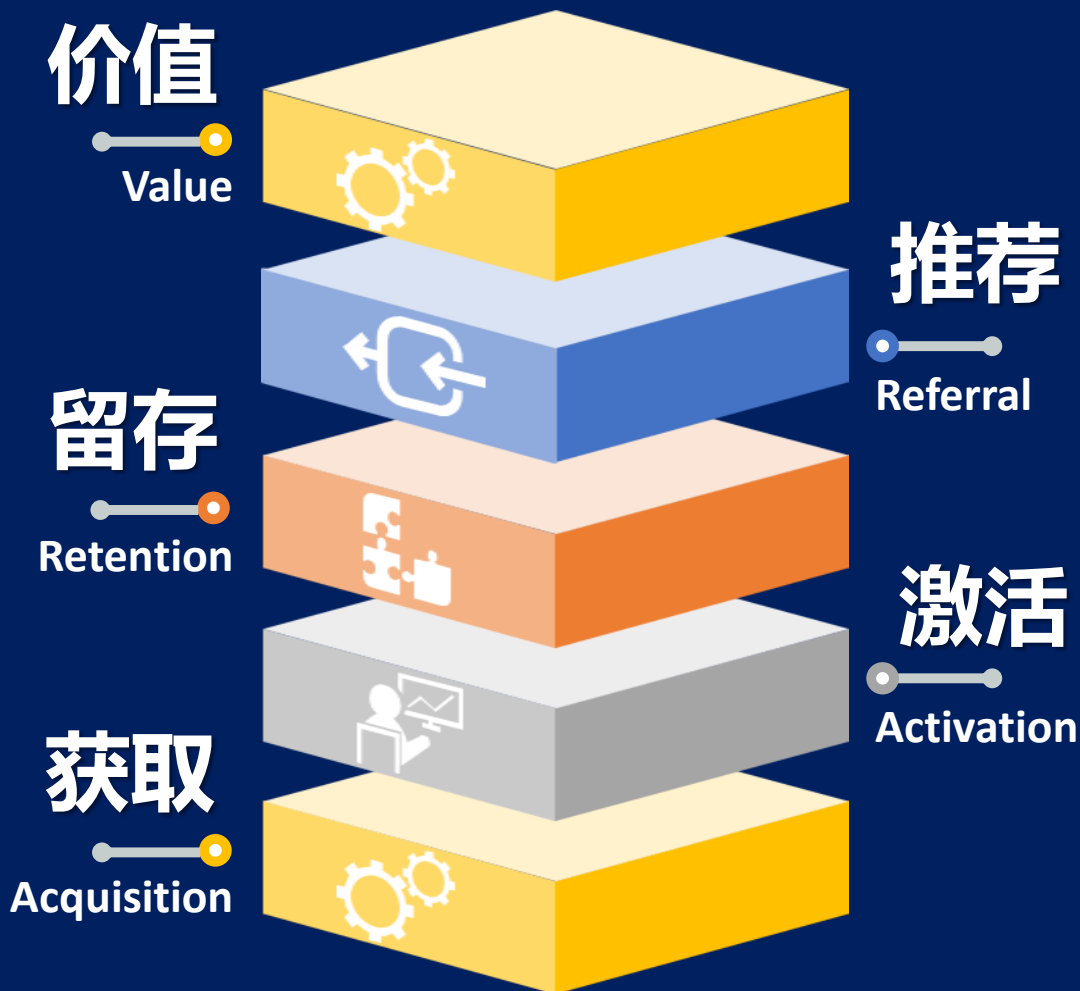
产品设计：通过设计产品的功能**满足**人使用产品的**需求**。

产品运营：通过作用于人的手段**引发**人使用产品的**行为**。

互联网运营的AAARR模型



企业内部在线学习平台运营的关注点



运营学习平台，就是在回应这些问题

- 如何让这个产品有更多的人知道？
- 如何让这个产品有更多的人愿意用？
- 如何让这些人用产品的时候很有获得感，有价值感？
- 如何让这些人用完之后还想用？
- 如何让这些人帮你宣传，再推荐给其他人用？

最后，也是最重要的，如何保证以上所做的动作真正为组织、为业务创造了价值？

在线学习平台应该贡献的价值是什么？



学员



平等：任何人都可以学习

实用：想用的时候马上就能学

多样：可以找到自己想要的内容

在线学习平台应该贡献的价值是什么？



组织



知识沉淀：企业内部智慧资产的沉淀



效能提升：用更少的资源办更多的事



效率提升：用更快的速度办更多的事

Contents

目录

02

58神奇学院的探索与实践

关于58



关于58神奇学院

领导力



专业力



面向P5-6产品同学：
三棱镜-高阶产品人成长计划



面向P3-4产品同学：
π计划-中阶产品人研修营

我是产品人

产品人学习分享平台：
我是产品人



面向T6-7技术同学：
架构师之路-技术高阶课



面向T2-3、T4-5技术同学：
全栈之路-全通道基础、中阶课

技术人学习分享平台：神奇系列



—算法大赛—编程大赛—技术开放日—技术沙龙—外部学习

通用力



面向产品技术项目负责人：
项目管理训练营



面向职场基层员工：
伍小帮升值记

新人训



产品技术职能校招生：
信天翁



营销管培生培养计划：
蜂鸟计划



社招入职培养：
神奇出发

学习资源平台

58在线大学

Contents

目录

02

58神奇学院的探索与实践

- 以“人”为对象：用人物角色工具获得洞察
- 以“事”为抓手：借事、借势，才能事半功倍
- 以“时”为节点：找好关键时刻，踩准运营节奏

什么是“人物角色”

Cooper在1999年首次提出人物角色（**persona**）的概念，并定义为“精确描述用户和用户想要完成的事”的工具。是一种用户体验的研究方法。



消费主义者

晓菲 / 28岁 / 工作5年 / 20000 RMB/月

工作状态: 美容顾问, 经常出入时尚场合
家庭状况: 未婚, 单身, 租房
空闲时间: 购物, 看时尚及旅游杂志
银行特征: 广发, 招行, 工行等多家银行信用卡用户
理财观念: 年轻的乐天派, 享受生活, 消费至上。认为生活就是消费, 要爱自己。对理财、投资没有概念。消费场合多, 消费需求大。

常用物品

凯迪拉克/iPhone5/MacbookAir/Gucci钱包



“能刷卡, 就刷卡。方便又有积分。”

TANG

广发银行 CGB

图片引用自人人都是产品经理《4个步骤, 创建一个有效的用户画像》, 作者Darcy



在制定产品策略时
在讨论产品需求时
在琢磨交互流程时
在锁定推广目标时
在完善运营方案时
人物角色都可以帮助我们形成洞察

举个例子：某美食点评平台的persona



在线学习平台的persona不用很复杂



在线学习平台的persona不用很复杂



在线学习平台的persona不用很复杂



然后呢？



一起头脑风暴，讲上几十个合情合理的用户故事

大牛（某一个人物角色）在_____（环境、场景）看到了_____（信息），
于是他_____（行为）

我们产生了这样一些洞察

关于场景

能够触达用户的场景或渠道远比我们原来以为的多

关于需求

学习的需求一定是有的，只是原来的信息没能激发出需求

关于行为

信息的颗粒度越小（单课针对单个痛点），越有可能激发行为（学习、收藏、分享）

Contents

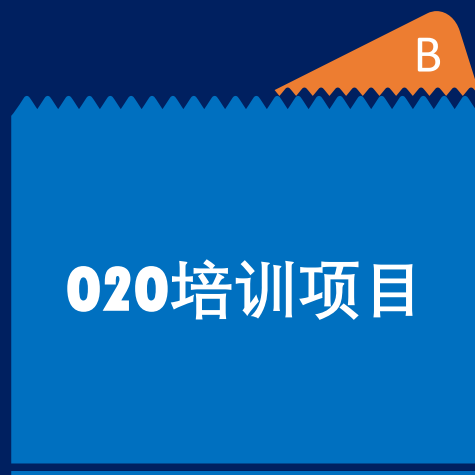
目录

02

58神奇学院的探索与实践

- 以“人”为对象：用人物角色工具获得洞察
- 以“事”为抓手：借事、借势，才能事半功倍
- 以“时”为节点：找好关键时刻，踩准运营节奏

借事与借势



什么样的项目适合做纯线上训练营？

学员

人群大
分布广（不在一个区域）
学习动机强

课程

课程质量高或实用性高
能够唤起学员的学习动机
复用程度高

启航初阶领导力

活动 在线大学 职业规划 美言

我的圈子 搜索



1-角色认知：基层管理者的几种角色

4793 637



2-角色认知：角色是一种有意识的选择

1608 492



3-时间管理：把精力花在刀刃上

4444 599



4-科学授权：让合适的人做好合适的事

1333 427



5-绩效管理：目标设定和沟通

3867 490



6-绩效管理：过程跟踪

1189 411



7-绩效管理：结果反馈

1136 395



8-招聘：招到合适的人

1027 392



9-招聘：看简历的技巧

1389 400



10-激励：有效激励的五个原则

1008 384



11-辅导：因人而异作辅导

2938 343



12-跨部门协作：实现共赢（上）

899 344



13-跨部门协作：实现共赢（下）

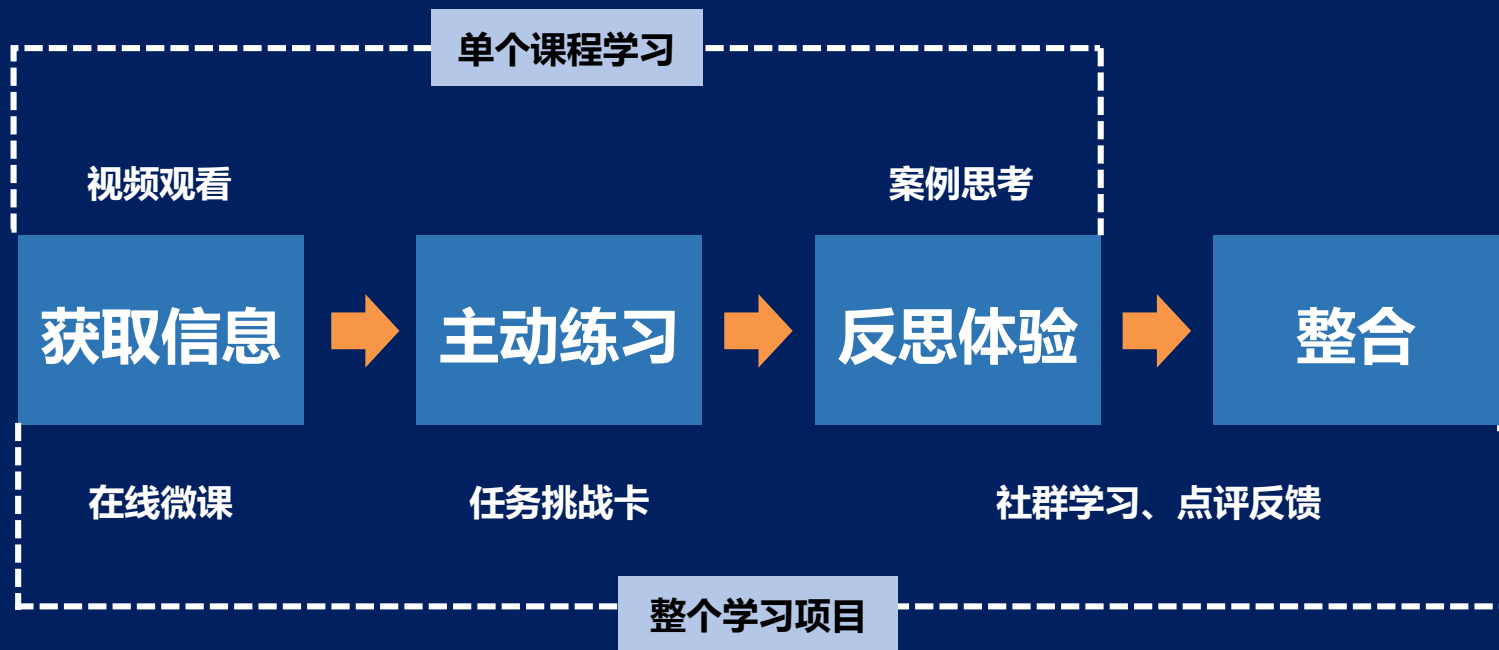
778 325



14-辅佐上级：打造互信的上下级关系

843 344

启航在线的设计机制



引擎计划-为基层销售主管量身打造

技术专区 活动 在线大学 职业规划 美言

我的圈子 搜索

默认 最新 最热



管理者的第一堂课

3462 1107



沟通之说的清

5085 896



沟通之听的懂

3856 497



如何辅导员工

1368 491



做一个会“生气”的Leader

2293 850



帮助下属做职业规划

2812 519



有效激励宝典

7102 532



培养后备人才

11164 395



补充资料-樊登说GROW

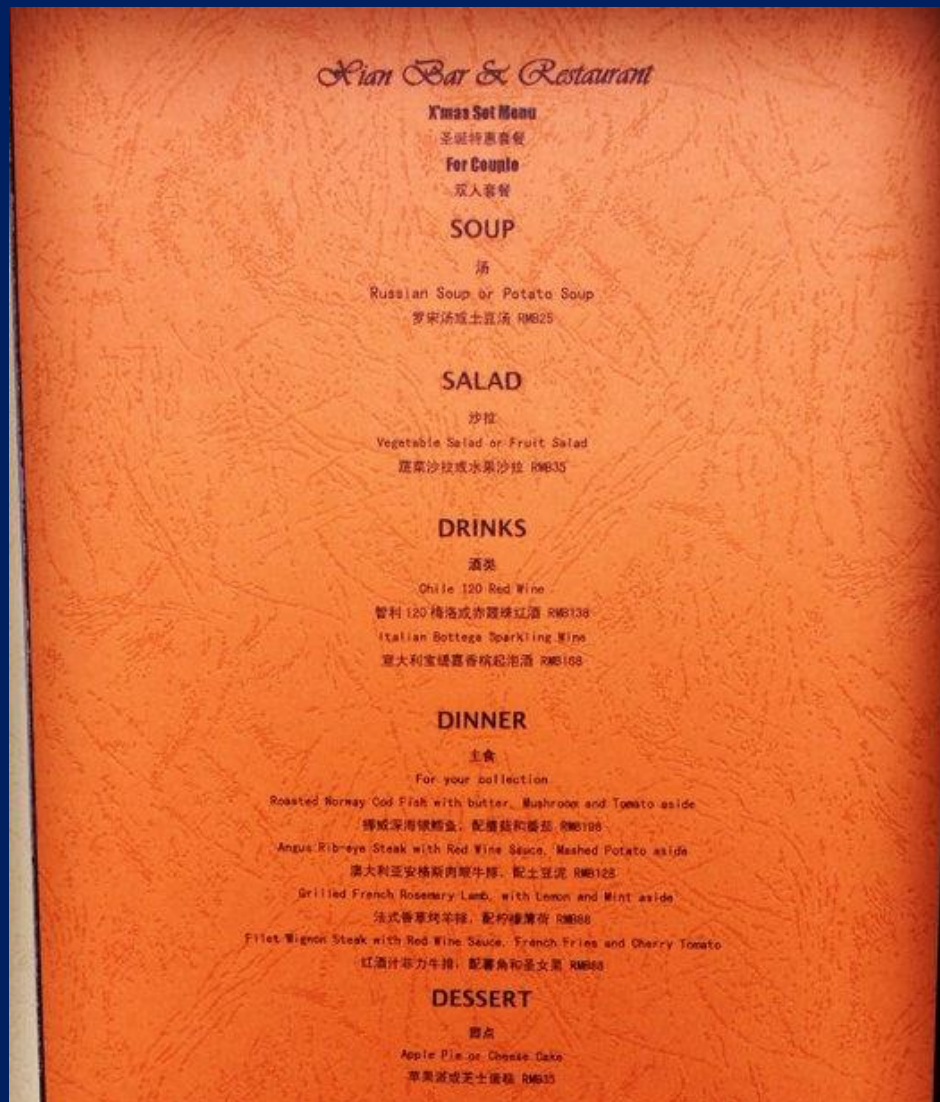
978 408



2019引擎赋能计划

1049 178

O2O: 什么样的课程适合放在线上学?



● 头盘：
应知应会，如工作流程、
文档规范等

● 甜点：
应用案例、实战tips等

微课是学习链条中的有机构成

面授

案例呈现+讲师引导+讨论

讲解理论

唤起
具体经验

引发
反思观察

形成
抽象概念

练习

任务挑战卡

积极实验

微课

观看微课案例

评论区讨论

唤起
具体经验

引发
反思观察

一个完整的学习圈

进入下一学习圈进行强化

阶段性定制项目有哪些？

- 战略的宣贯
- 企业文化迭代后的推广
- 某一阶段政策制度的下达
- 为部门定制针对性的线上学习训练营
-

Contents

目录

02

58神奇学院的探索与实践

- 以“人”为对象：用人物角色工具获得洞察
- 以“事”为抓手：借事、借势，才能事半功倍
- 以“时”为节点：找好关键时刻，踩准运营节奏

有哪些值得关注的时间节点？

小结一下



运营靠的不是感觉，而是数据洞察--

- 哪些运营动作是有效的？
- 为什么有效？
- 把简单的、对的事重复做

小结一下



始终带着产品思维去思考--

- 你的用户是谁？
- 他们的需求是什么？
- 我如何满足他们的需求？



以“人”为对象：站在用户角度思考，获得洞察

以“事”为抓手：借事、借势，才能事半功倍

以“时”为节点：找好关键时刻，踩准运营节奏

THANKS