

# 《运营之光》

## 图书基本信息

书名：《运营之光》

13位ISBN编号：9787121298090

出版时间：2016-9-1

作者：黄有璨

页数：332

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《运营之光》

## 内容概要

在互联网行业内，“运营”这个职能发展到一定阶段后，往往更需要有成熟的知识体系和工作方法来给予行业从业者们以指引。

《运营之光：我的互联网运营方法论与自白》尤其难得之处在于：它既对“什么是运营”这样的概念认知类问题进行了解读，又带有大量实际的工作技巧、工作思维和工作方法，还包含了很多对于运营的思考、宏观分析和建议，可谓内容完整而全面，同时书中加入了作者亲历的大量真实案例，让全书读起来深入浅出、耐人寻味。

从内容的受众来说，它既有面向初入互联网行业的运营从业者们的工作方法讲解和建议，又有适合3~5年运营从业者们阅读的一些案例解析、思考方法分享，也有更适合创业者、互联网公司高管阅读的一些运营体系搭建、不同类型产品所适合的运营方法等更为宏观的问题的解读。

我们希望它可以成为面向互联网运营从业者和创业者们的一本经典读物。

## 作者简介

黄有璨

互联网运营从业近10年，曾先后就职于美国About.com、第九课堂、新浪微米、周伯通招聘等互联网公司，历任运营经理、COO助理、COO等职。

现任互联网人在线学习社区三节课（sanjieke.cn）联合创始人。

同时为36氪、百度百家等专栏作家，多篇关于运营的文章被疯转，仅2016年上半年，个人所著文章线上浏览量已近千万。小饭桌创业课堂创业导师。

## 书籍目录

### 第0章 引言 1

0.1 为什么我觉得互联网的下一个时代将是运营驱动的？ 2

0.2 运营这件事的苦与乐 7

### 第1章 运营是什么？ 12

1.1 极度不标准的“运营” 13

1.2 一个互联网人，到底该如何理解“运营”这个职能？ 21

1.3 在互联网公司内，“运营”与“市场”的区别与关联 27

1.4 如何看待“产品”和“运营”之间的关系 34

### 第2章 运营之“光” 38

2.1 为何超过80%的运营始终只能打杂？ 39

2.2 身为一个运营，我最大的竞争力和“信仰” 43

2.3 “精益”的运营 50

2.4 运营的“做局”与“破局” 55

2.5 我做运营的3个底层工作方法 61

2.6 我眼中的4个关键性“运营思维” 69

### 第3章 运营的一些核心技能&工作方法 79

3.1 如何才能找到“掌控”运营指标的感觉？ 80

3.2 一个运营必须具备的数据分析方法和意识 87

3.3 关于内容的运营 101

3.3.1 内容的定位、调性和基本原则 101

3.3.2 UGC型的内容生产生态如何持续？ 107

3.3.3 PGC型的内容生产生态如何持续？ 111

3.3.4 如何思考内容的“组织”与“流通”？ 122

3.4 转化型文案的常见写作方法 144

3.5 为何说“标题党”和“段子手”们都很难成为内容领域的顶尖高手？ 155

3.6 关于撬动用户互动参与意愿的8个指导原则 164

3.6.1 8个指导原则详述 165

3.6.2 懂球帝的教科书级运营案例 174

3.6.3 简书的“神转折大赛”活动案例 186

### 第4章 运营的一些宏观规律和逻辑 198

4.1 运营运营背后的客观规律：从“层次感”到“非线性” 199

4.2 4种不同阶段的产品及其运营侧重点的差异 205

4.3 如何结合产品业务类型规划运营路径？ 211

4.4 如何搭建一款成熟产品的运营体系？ 221

4.5 理解社区/社群的典型运营路径和逻辑 229

### 第5章 一个运营的职业发展与成长 235

5.1 顶尖运营和普通初级运营的区别到底在哪里？ 236

5.2 互联网运营的能力模型与成长路径 240

5.3 运营人的“择业” 247

5.4 我的8年运营生涯 256

5.5 工作三五年后，一个互联网人的未来该在哪里？ 272

### 第6章 一个运营人的自省与思考 281

6.1 未来十年，互联网行业需要什么样的运营？ 282

6.2 我的运营观和运营“伦理” 288

6.3 站在运营的立场上，我对互联网行业的一些建议和思考 295

尾声 一个运营人眼中的互联网及其未来 302

后记&致谢 309

# 《运营之光》

### 精彩短评

- 1、书中提到的“回报后置”一节，给了我非常大的启发，人往往只有将成功和利益视为自身创造价值的附属品时，他们才会在你创造价值之后相继到来。不得不说，这是本非常用心的书。
- 2、够全面相对来说还是有一定系统性的，作为实用类型是足够的，但是要成为经典，不太可能，给5星的原因，是作为新手，确实获得了许多了解和帮助。
- 3、作为一名新人，还是学习到了很多，也通过本书对自己的工作有了更多的思考
- 4、相信运营是有光的
- 5、干货多，实用，但是还是很浅显，总觉得很多东西没触到本质
- 6、像一个踏实的好学生的日记，非常努力，有干货，但是说非常出彩或者非常有深度，好像也没有。以及，觉得内容再砍掉1/3也完全没问题。
- 7、案例不错，更喜欢从零那本
- 8、一本仅适合入门者的，告诉你应该怎么着而不是具体怎么做的书。一本同一段分析能几乎一字不差的重现出现两次的书。一本举例基本就是作者本人运营的公众号的书。最有用的内容是“致敬”张亮那本书里的内容。
- 9、一般般吧。毕竟说产品运营不分家，整套工作思路其实是有共性的。为了更多体现方法论的事情，植入广告篇幅多且太单一，优良参半。我倒是觉得贵司运营部那帮妖魔鬼怪应该看看。
- 10、偏概念类型，适合运营初学者。
- 11、有业务干货，还有作者对互联网行业的理解，有诚意的一本书
- 12、为什么这本书叫运营之光？大概是因为有种“复行数十步，豁然开朗”之感。运营是一门技术活儿，钻研起来有趣得很呢。
- 13、有干货但也太啰嗦。有需要再找细节回看吧
- 14、脑子要清楚，执行要靠谱。太多方法没啥用。
- 15、强烈推荐。我真的想不通还有人打两星。在我看来，如果作者够真诚，有点内容，这样的书已经够三星了，毕竟市场上垃圾畅销书实在是太多了。当然这本书完全是有干货的，就像作者说的一样，要做到触动用户，而不是推动，它完全打动了我。
- 16、醍醐灌顶，给了我无数的启发
- 17、我读的最有魅力的运营手册
- 18、很有诚意的一本书，心法干货都有，做运营的都可以看看，受益匪浅
- 19、这个分类里面难得的一本言之有物的书。不过是不是这种书都是前几十页不能看（各种前言推荐评论.....
- 20、很不错的运营书了，写了很多方法论。
- 21、前面的一系列推荐我就尴尬了，这是有多不自信的表现==书中却有不少闪光点，但白话太多了，有点白开水了。
- 22、好书第三遍
- 23、讲述了很多底层逻辑和思考模式，道术融合，非常棒，非常实用。
- 24、很走心又很干货的一本好书，就是差点被出版社的糟糕排版毁了
- 25、道多过术
- 26、非常好的一本书。特别实在，8.5的高分不是没有道理的。
- 27、对已经接触过多方面的运营来说，本书帮我系统的思考之前的运营，把零散的东西变得更加系统，有条理，有逻辑。感谢这本书，让我的运营能力有了质的飞跃。记住了，你要认真独立担当过活动，用户，内容当面的运营，且写过策划，复盘，看起来才更有feel
- 28、运营入门读物，干货还是蛮多的。就是纸张不好，字会透。
- 29、笔记还没做完
- 30、试图将运营整理成体系甚至上升到思维、艺术层次的尝试。关于杠杠思维、流程思维、运营指标拆解启发很多
- 31、很赞的一本书，对于初级不懂什么是运营的人给了一个方向。
- 32、实用的工具书，可读性很强，边读边笔记，收获很多。零散的知识有了体系，幸福~
- 33、1流程化精细化杠杆化生态化思维

## 《运营之光》

2让70%的事情变得可控

3ABZ计划，即当下、长期、最差备选计划

4和高手牛人混在一起

34、满腹真诚的水了一本书，基于个人经验和经历的漫谈，成王败寇、实践出真知，也许心血经验具有价值和参考意义，但确实难掩论据苍白、逻辑混乱。产品和运营到了互联网个别从业者这里变得这么狭隘和浅薄，也许是大神无暇分享，出版业之不严谨与混乱可见一斑。不过作者的朋友圈站台者众，交际能力自是不错，豆瓣8.6，崇拜者也还不少。

35、最早关注到这本书是从作者的个人公众号连载看到的，让我映像最深的就是作者的四个运营思维：一事情拿到手，先流程化、然后精细化、在找杠杆点、最后去做局或者破局，如此一气呵成。

36、实操性非常强的一本书，对于系统全面的了解运营非常有帮助。

37、很有启发，特别是中间很多干货。虽然也不少自我“吹嘘”的部分，但总的来说还是干货满满。

38、快餐书。。。

39、重要的是认知，思维和意识，其次才谈技能

40、花了好几天看完。。。有干货，做运营真难啊。。。

41、非常好的一本书，作为一个运营新人或产品经理，都可以读读这本书，作者语言表达幽默不装逼，事例丰富易懂，比起那些各种定义论调的书，实而不华，强烈推荐

42、从道、术的层面对运营这一庞杂的工作体系分别进行了梳理，是作者8年来工作的总结与精华，在整数的逻辑上可能稍微欠缺，毕竟是很多篇文章的集合可以理解，但是要吐槽一下黄色的字体，在电子版上阅读体验非常不好。

43、对0基础同学建立方法论有帮助！

44、很有料的一本书，实操性强！对做运营的人来说特别有帮助！

45、内容真实，但是路径发展确实不可参考

46、身处在互联网行业也4年了，眼看着运营这个岗位被赋予越来越多的职责、越来越重要，当然对之要求也越来越高。

同时，对CM以及BD而言，运营思维在个人能力中的权重也越发的加重。

丰富的工作经验能够使我们懂得很多道理，但还是需要这样一本书将这些道理梳理清楚，并且将其公式化。

感谢这本书。

47、豁然开朗

48、受益很多

49、看不下去，基本都是常识性的东西

50、干货，经验之谈，注重讲方法，实用，读到最后可能需要点耐心。读一遍感觉不够，需要多读几遍并配合自己的思考与实践才能得到提升。

1、第一次在豆瓣写书评，因为有璨男神公众号里回复我了，还叫我加油\(\\_/)/这本书买了很久，一直拖着没看，结果看完的时候，好像真的感受到了光啊！我自己是一枚200w大号的新媒体运营狗，做了两年。相信做运营的同学做久了到我这个阶段，都会存在一种困惑，就是“妈的，老子怎么做来做去还是在打杂???”。是的，我就是被这种疑惑困扰了半年的人，期间焦虑到失眠痛哭，觉得工作毫无进步，原地踏步，而且说实话根本不知道自己自己未来的职业规划是什么？反正就是困惑又迷茫~直到看到了这本书，感觉一下子对未来又充满希望啊！有璨老师写的这本《运营之光》除了介绍了一些具体运营涉及的实操性技巧外（例如运营的工作流程、内容运营的文案写作逻辑、撬动用户参与的原则等等），对我而言最有收获的地方在于：1.对运营概念&运营思维的梳理如果你跟我一样，是在一个本身运营没有多少经验的团队、上司老板也是传统行业出身的地方待着，会发现在没有人明确跟你指出运营是干嘛的情况下，会很容易陷入一种自我怀疑的状态。会质疑自己每天上班做的这些意义是什么，为什么要做这些，对自己负责的运营模块完全没有一个整体认识。这本书一开始有璨老师就明确了什么是运营以及作为一个运营应该具备哪些能力，看完这些的好处就是——当别人问你是运营是干嘛的时候，你不至于一脸懵逼。以及，你知道自己做的这些是有意义有价值的，目标是明确的，每一个琐碎的小事都是针对你现阶段的运营重点而做的，都是为了完成你的目标而做的。只有把握了运营的方向，才不会陷入打杂和事务性工作的困扰中。2.明确了现阶段的状态&目标之前呢，我一度怀疑自己到底喜不喜欢运营，未来我到底想成为什么样的人呢？看完这本书，我明白了自己所处的段位和还欠缺的能力。并且，坚定了自己对运营这件事情的热爱。毕竟运营除了是连接产品和用户，发挥双方最大价值之外，其实乐趣还是非常多的。当你和用户一起互动、玩耍的过程中，你们成为朋友时（像我之前运营的公众号就好几次收到粉丝寄来的礼物）；当你凭借自己的努力，撬动一个杠杆时；当你看着自己服务的产品因为你而一点点变好时；还是应该像书里说的，做运营的虽然辛苦，但是还是应该有点信仰！而且，我也相信，未来几年，运营岗位会在互联网公司的地位越来越重要，不再是可有可无的打杂岗。所以继续努力吧，未来三年，为成为一个一流运营而努力！（哈哈，感觉写完好热血~~~~）

2、十一的假期，舍弃了徒步远行，决定读上几本好书，给头脑冲冲氧，给心灵放个假。在好朋友的推荐下购买了《运营之光》，其关于运营背后的深度思考让人着迷。源源不断的知识灌输和心灵体验，让这种迷恋愈发浓烈而持久。这本书的内容表述亲切易读，而且干货满满。非常适合刚入门的小白和处在迷茫期的运营同仁们，很多疑惑或许都能从书里找到答案。试着对书总结了以下几点，希望对读者有所帮助。内容充实:丰富的案例引入支撑着清晰的结构体系，内容的合理有机编排使知识结构更加饱满也保证了文章的引导性、易读性和耐读性。信息全面:针对不同类型、不同阶段的运营职责及业务逻辑书里有具体而深度的阐述。多维的知识点的讲解，用事实说话的态度，容易被理解，满足读者理性、感性的阅读体验。思维培养:针对运营工作中遇到的问题，书里提到了很多切实可行的解决思路。既能完成了知识点的捕捉和普及又培养了运营的思维逻辑、完善了职业素养、提高了专业认知。情怀触动:文字的魅力，合一的写作理念，真诚的创作情怀让内容产生情感共鸣，引发运营背后逻辑的深沉思考。文章主张以触动情怀感染用户，最大程度的服务于用户并获得用户的认可，让彼此的价值最大化体现。授之与鱼，不如授之与渔，相信这本书干货满满的知识讲解，思维引导会对每一个行走在路上的运营者有所获。

3、作者对运营的理解和操盘很值得学习，算是五星的书，好的地方就不多说了，想说的是，需要有辩证的思维来看产品和运营，产品是1，运营是后面的0，运营是围绕产品进行落地的，具备产品思维，围绕用户痛点和需求出发，创造惊喜的爆品，正如文中提到：产品是界定和创造用户长期价值，运营是创造用户短期价值+辅助产品发现长期价值。运营四点：内容、用户、活动、产品。内容运营：围绕内容的生产和消费搭建一个良性循环，提升跟内容相关的数据，如内容数量、内容浏览量、内容互动数、内容传播数等；用户运营：拉新-留存-促活-传播、用户间价值关系；活动运营：围绕活动事件的策划、目标、推广、数据跟踪、效果评估；产品运营：通过运营手段（活动策划、外部资源拓展和对接、优化产品方案、内容组织），拉升产品特定数据，如装机量、注册数、用户访问深度（pv与uv比）、用户访问频次、用户关系对数量、发帖量等。具体工作划分：一是拉新、引流、转化，二是用户维系。做运营，永远向迭代要数据，也依据数据做迭代。宏观理解运营，为了连接好产品和用户，可能会使用的一切手段。产品与运营：产品界定和提供长期用户价值，运营负责创造短期用户价



值+协助产品完善长期价值。产品烂其实一点也不可怕，真正可怕的是：产品很烂，但提不出解决方案，或者压根不想去解决和优化，这样的产品，可能就真的留不住用户了。好团队大家互相填坑，而烂团队则是大家互坑。

4、先讲讲为什么会买这本书。之前一直是关注的本书作者--黄有璨的微信公众号的。（公号：三节课）在微信公号里，三节课坚持每周都在连载一篇文章，并注明此文章也是将会出现在新出版的《运营之光》里。关注公号，也是偶然的机会有木有？为什么支付宝一定很难做成社交，而又一定会继续做下去？（PS：那时候，我刚做运营不到一个月，甚至不知道什么是运营。基本概念很糊涂，每天逛知乎啊，上百度求人啊，想尽快融入运营。）看了这个文章后，只觉得这个人写东西还不错，很有诚意，就点了下关注。无聊时候翻了翻历史记录，竟然是好多关于运营的干货！仿佛找到了救命稻草！之后的每天，都会抽点时间去看看连载的文章。连载（PS：连载也是印刷纸书中的内容）大概是这样的：1，认知运营（运营的基本概念，运营的基本分类）2，运营的基础修炼和入门3，运营的核心技能（干货分享）4，运营的一些宏观规律与逻辑5，一个运营的职业发展与成长6，一个运营人的自省与思考另外，有很多干货+实例剖析bulabula..(以上也是书中大概思路)于是我从小白提升了一个档次，在公司的活动设计中，有了些话语权。通篇大道理的书，我读过很多，读完之后会觉得，哇，好牛B啊，但是在实际工作中并不能用到，或者不知道怎么应用。这本书，就结合大量作者亲身案例，从活动开始的想法，到准备工作，到工作的进行过程，到最后的最后的结果数据分析，都无私共享出来。这些只有用钱才能买到的教训和经历，这本书里，都有。如果你是小白，或者对运营比较迷茫，甚至跟我之前一样：连运营的工作职责及分类都不懂，那么这本书就是为你而写。你可以先关注微信公号看下之前的连载，觉得很对口，再买不迟。即使你是运营专家，相信这本书也会对你有一些启发。另外一个原因就是，这本书是今年9月份印刷的，所以内容和质量都更贴近时代，如果你之前看过一些13,14,15年的书，甚至16年1、2月份的书，那些东西可能已经过时了。真的是这样，每年都会有一样新兴的职业或者概念出现，每年的关注热点都不同。从之前的微博、上两年的滴滴打车、今年的网红等等等等...互联网行业最大的特点就是：瞬息万变。所以如果要买就早买。额，悄悄的在上班时写的。暂时就到这吧。如果有人小小施舍一点“赞”的话，下班时间我再编辑点带有“剧透”的东西..

## 章节试读

### 1、《运营之光》的笔记-第56页

很多时候运营在做的事就像是攒一个“局”。形容的很贴切。

### 2、《运营之光》的笔记-0.1 为什么我觉得互联网的下一个时代将是运营驱动的？

前两天看了纯银的一篇文章，原句忘了，意思是好的产品难免同质化，以前以为执行力是第一，现在发现好的运营才是无法复制的。跟作者观点异曲同工，而且作者还解释了原因。我眼中所谓“好的运营”，至少有3~5年以上经验，熟悉内容、用户、活动等各个模块的运营，熟悉各类产品形态，有能力通过各种运营手段的组合拉升一个产品大部分的主要数据，同时还可以做到跟产品间的沟通无障碍，甚至可以出一些简单的产品方案。

### 3、《运营之光》的笔记-第24页

所谓运营，其实就是为了帮助产品与用户之间更好地建立起来关系，我们所需要使用的一切干预手段。  
不同产品，不同阶段，我们需要灵活的采取不同的运营手段来达成目标。  
具体采用什么运营手段，需要运营人清醒的头脑和丰富的经验；  
想好了手段怎么贯彻执行，需要运营人踏实的态度和勤恳的执行力；  
执行完毕后如何总结优化，又需要运营人走心的观察和耐心的复盘研究。

别看都是虚头巴脑的东西，其实都是本事。

为自己加油！~

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)