

## 短视频运营岗能力模型

岗位描述		围绕短视频内容产品展开相关内容和活动,让短视频内容产品提高用户触达率、用户参与度,提升短视频内容IP本身的知名度,从而为短视频内容产品获取和沉淀线上的用户量,完成品牌价值、用户以及市场占有率的三重增长		
工作年限		0~1年经验 短视频运营专员	2~4年经验 高级短视频运营/短视频运营主管	4~5年经验 短视频运营专家
年薪范围		8~10W	12~20W	30~50W
整体能力		在目标明确的前提下,基于对各类短视频平台的了解,制定运营策略,帮助短视频内容产品大幅度提升用户触达率、打开率、停留时长、用户主动反馈和互动度	在目标明确的前提下,可独立进行短视频内容策划、选题创作,把控短视频的风格与调性,并可承接品牌方与合作方,实时监控短视频数据,根据数据调整内容方向和运营策略	对于市面上各类短视频创意、手段均有丰富的实操经验,有能力将较大的目标进行动作拆解。面对目标,有能力基于业务和对行业经典玩法的理解,设计出新的短视频运营策略。并能够在单一模块中,进行短周期的业务规划
核心能力模型	渠道运营	1.熟练掌握各短视频平台的分发、推荐等运营机制,运营维护各类平台账号,增加粉丝数,提高关注度,互动率,增强宣传的有效性 2.能够通过有效运营手段来推广短视频账号,扩大影响力	研究每个平台的用户调性和内容定位,针对不同渠道去策划和制定不同的运营策略和内容产品策略	1.重点渠道的精细化运营 2.基于自己对各渠道典型玩法的理解,设计出适合业务的新的运营策略
	内容策划与生产	1.对短视频内容有一定的审美,把控短视频产品的内容和调性 2.根据运营策略,不断对短视频产品进行策划和迭代	1.把握公司短视频产品的整体风格与调性,独立完成短视频内容专题策划、选题、执行 2.根据运营策略,帮助短视频内容产品大幅度提升用户触达率、打开率、停留时长、用户主动反馈和互动度	1.紧跟市场内容趋势,日常发掘和总结短视频创新玩法 2.构建符合产品调性的内容生态,输出符合行业趋势的内容策划,提高用户的关注度和粘性
	用户运营	1.短视频评论区、弹幕区管理,提升用户活跃度、用户粘性 2.通过用户留言、评论等内容,挖掘用户需求,优化短视频内容	1.深入挖掘各平台用户需求,根据用户行为和热点提高内容质量 2.简单的用户分层和策略	1.精细化和数据驱动的用户分层策略运营 2.完整的用户激励体系搭建
	数据分析	1.检测各平台短视频数据,根据数据调整内容方向 2.能发现数据基础的涨跌异常,并提出假设	1.利用专业运营数据分析工具分析短视频数据,提高运营效果 2.能通过数据归因解释常见业务问题,如数据涨跌异常	1.通过数据分析出精准用户画像、洞察行业趋势,有能力依此策划出传播性好的视频 2.复杂业务问题的数据分析
	商务沟通与谈判	基础的商务沟通和谈判能力	有能力代表整个短视频内容团队来进行和渠道方的沟通和谈判,最大限度地了解和争取到渠道对内容产品的支持和扶持	
	商业洞察能力	简单单线程项目管理,通常仅涉及团队内部沟通	1.复杂项目管理,涉及跨部门沟通 2.业务管理能力	1.业务规划及团队管理能力 2.业务流程设计能力 3.超大型、跨部门项目管理能力



关注三节课服务号

三节课提供「运营、产品、新媒体、营销」等实战课程为滴滴今日头条等提供过内训服务

## 活动运营岗能力模型

岗位描述		根据既定目标,通过策划并执行短期活动,在一定时间段内快速提升产品指标的运营手段		
工作年限		0~1年经验 活动运营专员	2~4年经验 高级活动运营/活动运营主管	4~5年经验 活动运营专家
年薪范围		7~9W	8~10W	30~50W
整体能力		在目标明确的前提下,根据用户特点,通过各类活动提升用户活跃度,吸引新用户,提高平台用户数量	在目标明确的前提下,可独立进行活动主题及传播方案等规划,并能对活动数据进行跟踪和分析,根据数据不断迭代活动策略	对于市面上各类活动创意、手段均有丰富的实操经验,有能力将较大的目标进行动作拆解。面对目标,有能力基于业务和对行业经典玩法的理解,设计出适合业务的新活动策略,为业务增长带来新的驱动力。并能够在单一模块中,进行短周期的业务规划
核心能力模型	文案能力	结合业务品牌需求,完成简单的活动方案及文案撰写	挖掘用户需求,完成活动策划案、活动海报、用户参与等话术、活动复盘报告的撰写	
	活动策划	1.常见的简单单线程活动策划 2.常见的活动执行工作,例如文案/沟通/上线/互动/传播推广/物料准备等	1.独立负责活动玩法策划与方案产出 2.根据活动需求进行跨部门沟通或供应商沟通,协调各部门资源推动需求,高效执行活动方案 3.大型活动的整体参与、执行和项目管理	1.大流量、多资源、多部门投入的大型活动策划和操盘 2.复杂活动的后端策略设计 3.常用活动工具/产品能力/系统能力的搭建
	用户运营	1.核心用户的维系交流 2.基础的用户留存、促活、转化、活动落地 3.理解用户需求,具备敏锐的用户感知	1.调研用户需求,激活新用户,活跃老用户,针对不同用户开展针对性活动 2.活动结束后,分析跟踪用户行为,收集用户反馈,优化活动内容、流程	1.更精细化和数据驱动的用户分层策略运营 2.完整的用户激励体系搭建
	数据分析	1.根据数据分析,不断调整和优化活动流程 2.能发现基础的数据涨跌异常,并提出假设	1.对活动数据进行实时监测,根据数据复盘活动效果,优化活动流程,撰写活动总结 2.能通过数据归因解释常见业务问题,如数据涨跌异常	1.通过数据分析出精准用户画像、洞察行业趋势,有能力依此策划出传播性好的活动 2.复杂业务问题的数据分析
	管理能力	简单单线程项目管理,通常仅涉及团队内部沟通	1.复杂项目管理,涉及跨部门沟通 2.业务管理能力	1.业务规划及团队管理能力 2.业务流程设计能力 3.超大型、跨部门项目管理能力
	商业洞察能力		关注市场动态,对竞争对手的营销策略、活动运营进行研究,提出应对措施,做出可行性分析报告	时刻关注市场变化,列出未来可能会新兴的平台和内容趋势,甚至能够及时抢占先机



关注三节课服务号

三节课提供「运营、产品、新媒体、营销」等实战课程  
为滴滴今日头条等提供过内训服务

## 内容运营岗能力模型

岗位描述		基于产品内容进行内容策划、内容创意、内容编辑、内容发布、内容优化、内容营销等一系列与内容相关的工作,提高互联网产品的内容价值,并激发用户参与、分享、传播的完整运营过程		
工作年限		0~1年经验 内容运营专员	2~4年经验 高级内容运营/内容运营主管	4~5年经验 内容运营专家
年薪范围		8~10W	12~20W	30~50W
整体能力		在目标明确的前提下,能够通过内容采编、内容编写、内容审核等工作提高产品的内容价值,对内容的各项数据指标负责,具备高效的执行落地能力	在明确目标的前提下,能够独立制定内容运营策略,并能根据数据不断优化内容运营流程,推动产品优化与策略调整。了解行业动态,有较强的市场洞察力,能够持续挖掘用户需求,借势策划有良好传播效果的内容活动	对于各类内容运营的手段均有扎实的实操经验,有能力将复杂的目标进行拆解。面对目标,有能力基于自己对业务和行业典型玩法的理解,设计出适应于业务的新的内容运营策略,并在单一模块中,进行短周期的业务规划
核心能力模型	文案能力	1.基础文案能力,根据用户需求创作文案(公众号推文、活动海报、内容详情页等) 2.初级信息提炼、产品卖点提取 3.互动性文案,能较好的与用户互动,提升平台活跃度	1.转化型文案创作,用户需求分析、产品分析下的卖点提取 2.挖掘各渠道内容素材,创作质量好、传播性高的文案 3.用户洞察与情绪调动	
	内容策划与生产	1.内容编辑 2.优质内容判断与识别 3.初级内容选题与策划 4.初级内容传播分发-内容平台常规维护 5.内容互动运营 6.简单内容生产	1.高阶优质内容判断与识别 2.高阶内容选题与策划-系统性选题&专题 3.高阶内容传播与分发-策略制订与目标达成 4.优质内容生产 5.初阶PGC&UGC运营管理	1.内容产品规划&定义 2.高阶UGC&PGC生产体系搭建
	用户运营	1.能利用内容、活动等方式提升粉丝活跃度 2.基础的用户留存、促活、转化活动落地	1.能准确分析出用户画像,根据用户属性制定内容运营策略 2.建立和维护用户群,收集、提供更优质的内容,收集更有价值的反馈协助产品优化	1.搭建维护海量用户策略 2.设计使用户上瘾的产品模型 3.搭建新媒体CRM体系
	数据分析	1.简单的数据分析工具使用,掌握最基础的数据分析方法 2.分析内容运营相关数据,通过数据验证内容和活动,增加受众关注、内容曝光、粉丝增长 3.能够发现基础数据的涨跌异常,并提出假设	1.能够通过数据归因解释常见业务问题,如数据涨跌异常 2.了解各平台数据指标,能根据数据变化及时调整运营方向	1.通过数据分析出精准用户画像、洞察行业趋势,有能力依此策划出传播性好的内容和活动 2.复杂业务问题的数据分析
	管理能力	1.能根据简单目标拆分出内容运营方案、工作流程 2.简单、单线程项目管理,通常仅涉及团队内部沟通	1.复杂项目管理,涉及跨部门沟通 2.业务管理能力	1.业务规划及团队管理能力 2.业务流程设计能力 3.超大型、跨多部门项目管理能力
	商业洞察能力		关注行业动态,具较强对内容的把控能力,能够进行独立决策	时刻关注市场变化,列出未来可能会新兴的平台和内容趋势,甚至能够及时抢占先机
	活动运营	掌握1-2种活动、增长手段,能模仿市面上的增长手段	1.能清楚理解增长的核心逻辑 2.理解并能初步优化3种增长的方式 3.对增长和商业模式结合形成中度认知	1.设计并优化增长类产品 2.设计商业模式画布 3.打造持续增长引擎的能力



关注三节课服务号

三节课提供「运营、产品、新媒体、营销」等实战课程  
为滴滴今日头条等提供过内训服务

## 用户运营岗能力模型

岗位描述		有效提升单体用户价值,面向这些用户设计搭建一套管理层级和机制,围绕用户生命周期进行的一系列运营措施,包括促活、留存、转化、召回等,延长用户生命周期时间		
工作年限		0~1年经验 用户运营专员	2~4年经验 高级用户运营/用户运营主管	4~5年经验 用户运营专家
年薪范围		8~10W	12~20W	30~50W
整体能力		可以通过人肉、情感式互动,面向小规模用户的集中性运营,有能力去解决某个单点的问题	具备独立面向大规模用户的策略式运营,以运营规则、机制等驱动为主,有能力通过数据去解决问题	可以围绕用户生命周期做全链路式管理,并通过用户分层和用户激励模型,提升用户LTV,让单体用户价值最大化
核心能力模型	用户生命周期管理	1.面向用户召回、留存、促活等的执行工作,最大限度提高用户产出 2.配合产品业务线执行各项用户调研	1.策略型制定用户召回、留存、促活方案,优化用户成长路径 2.用户防流失方案的梳理&规划	根据用户需求节点及产品运营节奏,负责搭建用户生命周期管理体系
	用户分层运营	1.具备基础的用户分层运营的思维,尤其是核心用户的维系执行 2.可以通过标签、分组等基础运营手段,对用户进行针对性的运营	1.通过RFM、金字塔、个性化需求挖掘多种用户分层方法 2.针对不同层级用户执行不同的运营策略,对用户进行精细化运营	搭建用户分层体系,策划分层运营方案,最大限度提高客单价
	用户成长体系	落地相关运营策略,建立与用户互动的关系	1.积分系统、等级机制等简单用户激励方案的规划 2.整体用户留存&促活方案规划	1.整体用户的激励体系搭建 2.打造良性的用户增长营销模式
	数据分析	1.定期整理数据,寻找异常数据,整合数据及分析 2.会使用基本的数据分析工具,具备一定的数据思维	1.分析用户各项使用数据,定期商讨并给出针对运营的合理化建议 2.结合数据分析,研究用户在生命周期的不同阶段、各流程节点的活跃度、留存率、流失率,分析流失原因	1.根据不同业务&产品形态进行关键数据指标定义 2.对产品&项目做充分的数据分析评估并出具报告,支持产品的研发和设计
	社群运营	1.社群的日常管理和维系,可以根据用户需求生产内容 2.负责社群用户的活跃和留存,可以进行初级的活动策划,并有数据记录和整理的意识 3.对竞品的运营模式进行跟踪分析,不断完善SOP	从0到1,精细化运营,招募及维护核心用户,各种社群类活动的策划和执行	
管理能力		跨部门协作并推动项目,并对结果负责		1.团队搭建、能力发展和管理能力 2.跨部门合作流程和机制搭建能力



关注三节课服务号

三节课提供「运营、产品、新媒体、营销」等实战课程  
为滴滴今日头条等提供过内训服务

## 增长运营岗能力模型

岗位描述		对用户、收入或核心转化路径转化率的增长负责，有能力定义增长问题、发现增长机会，并通过包括产品设计、运营动作等在内的多样化的方法，驱动业务数据的显著增长。			
工作年限		0-1 年经验 初级增长专员	2-4 年经验 高级增长专员/ 增长主管	4-5 年经验 增长专家/ 增长经理	5-8 年经验 资深增长专家/ 增长高级经理
年薪范围		8-10W	15-20W	20W-30W	30W-50W
整体能力		在目标明确的前提下，能够在一定的指导下，通过运营活动、转化路径优化、转化手段迭代等方法，达成增长目标。具备高效的执行落地能力。	在明确目标的前提下，能够独立综合应用文案、数据、活动等能力，设计增长动作并落地以获得显著的数据提高。且有能够通过产品化的方式，实现增长能力的规模化，能够通过数据分析和复盘不断迭代自己的增长方法。	对于各类增长手段均扎实的实操经验。有能力对模糊的问题进行定义，或将较大的目标进行动作拆解。且面对目标，有能力基于自己对业务和行业典型玩法的理解，设计出适合于业务的新的增长玩法，为业务增长带来新的驱动力。并且，能够在单一模块中，进行较短周期（季度、半年）的业务规划。	有操盘全体量甚至是更高体量业务的经验。有较强的战略拆解落地能力。有从 0-1 设计新的业务增长模式的能力。有管理 2-3 个以上业务模块和团队的能力，能够独立进行所负责业务的预算管理。具有较长周期的业务规划、策略能力，有较强的业务流程搭建能力和跨部门协作能力。
核心能力模型	转化型文案	1. 初级信息提炼/产品卖点提取 2. 文案模仿 3. 基础型转化文案（如标题、海报等）	1. 用户需求分析、产品分析下的卖点提取 2. 用户洞察与情绪调动 3. 优化、构建说服逻辑 4. 长短转化文案技巧		
	活动运营	1. 常见活动执行工作，例如文案/ 沟通/ 上线/ 互动/ 传播推广/ 物料准备等 2. 常见简单单线活动策划	1. 活动玩法策划与方案产出 2. 活动推广和传播规划 3. 活动数据监测、分析与优化 4. 大型复杂活动的整体参与、执行和项目管理	1. 大流量、多部门、多资源投入的大型活动的策划和操盘 2. 如何通过活动持续稳定拉升产品显著增长 3. 复杂活动的后端策略设计 4. 常用活动工具/ 产品能力/ 系统能力的搭建	
	用户运营	1. 核心用户维系 2. 基础的用户留存、促活、转化动作落地 3. 常见的用户裂变增长活动执行	1. 较为复杂的用户增长、留存、促活、转化机制设计 2. 简单的用户分层和策略 3. 简单的用户激励手段落地	1. 基于 LTV 的用户生命周期运营体系设计 2. 更精细化和数据驱动的用户分层策略运营 3. 完整的用户激励体系搭建	
	增长方法		1. MVP 设计 2. A/B Test 设计 3. 简单产品的增长模型设计 4. 有效提出增长方案假设	1. 北极星指标定义/ 核心数据指标 2. 从数据找到增长线索 3. 复杂产品/ 多业务线产品的增长模型设计 4. 快速提出&验证增长假设	1. 能够搭建并持续优化业务增长模型 2. 能够搭建增长产品矩阵 3. 能够综合应用产品、运营、数据、技术等各种手段驱动增长
	数据分析	1. 简单的数据工具使用 2. 掌握最基础的数据分析方法 3. 能够发现基础的数据涨跌异动，并提出假设	1. 常见数据工具的使用 2. 掌握常见 2-3 种数据分析方法 3. 能够通过数据归因解释常见业务问题，如数据涨跌异动 4. 目标明确，流程单一功能/ 模块的数据指标搭建	1. 跨工具组合使用 2. 根据业务需求灵活运营多种分析方法 3. 复杂业务问题的数据分析 4. 复杂产品的指标体系搭建	1. 能理解核心业务数据，并从中发现增长机会 2. 能在一定程度上理解经营数据，优化经营效率
	管理能力	简单、单线项目管理，通常仅涉及团队内部沟通	1. 复杂项目管理，涉及跨部门沟通 2. 业务管理能力	1. 业务规划及团队管理能力 2. 业务流程设计能力 3. 超大型、跨多部门项目管理能力	1. 业务策略和规划能力 2. 团队搭建、能力发展和管理能力 3. 跨部门合作流程和机制搭建能力



关注三节课服务号

三节课提供「运营、产品、新媒体、营销」等实战课程  
为滴滴、今日头条等提供过内训服务