

# 什么直播平台最开放\_能看啪啪福利的直播app,恋夜秀场直播间

[www.d2squaredjeans.com](http://www.d2squaredjeans.com) <http://www.d2squaredjeans.com>

什么直播平台最开放\_能看啪啪福利的直播app,恋夜秀场直播间

这是一篇由互联网装X词汇大全打头的文章，只仅仅交换“牛轰标题的14种方法、1个形式编辑的根本底线、社区晚期形式预运营的4步骤、8招hold住形式方向的产品运营、3个形式运营的退化方向”

倘若你觉得有价值，请继续往下看，同时迎接转发。

互联网一个超出教科书立足于执行的特立独行行业，在很多时候尝试寻找一些题目的法式答案时，会不出不测的以腐化告终，当如何做好晚期社区形式运营；

大概分析下它特立独行来因：

- 1、互联网太新，整个行业发展二十年左右时间，从PC门户到探求再到搬动互联网，尽管是行业巨头BAT中岁数最大的腾讯也只不过成立17周年。听说恋夜秀场直播间。
- 2、形式太多，随着互联网对生活的渗出与技术的迭代，早先我们日常开玩笑的谈资当前都被整出了揣摸上亿的商业形式，例如上门涮马桶家政O2O供职。
- 3、市场竞争，“火药味”弥漫整个市场，时机只给急速奔跑的选手，再加上这是一个瞎比比不会被嘲讽的场合，故而在各种各样的营销案例撑持下也出现了稀奇蹊跷怪僻的叫法与玩法，京东618，天猫双十一、乐视919、微信支出日等，刮起了一阵阵的造节风。

在这个炮火连天且不装会死的年代，自己有幸是混迹在互联网的运营，异样阴谋着能够找到互联网的“某个法式答案”来装个X。从这些扶植我们满嘴跑火车的词汇出手，或者能够找到互联网或者运营一些煽情点火的个性。

## 名词

共享经济、大数据、云计算、物联网、进口、当地化、再生态、平台、关闭平台、生态、生态体系、粉丝经济、社群、参与感、IP营销、垂直、用户体验、用户需求、闭环、3.0、战略、场景、酷寒

## 动词

改良、制造、解读、连接、聚焦、倾覆、整合、提拔、规划、搭建、打通、梳理、提纯、拓展、发掘、急速迭代、组织、展现、用户粘性

## 电子商务

B2B、B2C、C2C、C2F、B2G、P2C、B2S、O2O

广告形式

SEM、SEO、EDM、Adword、Banner、Button、PR推论、DSP、POP

推论形式

CPS、CPA、CPM、CPC、CPR、CPP

点击转化

UV、PV、IP、PR值、Click、ROI、客单价、单月盈利

用上互联网词汇，势必要语出惊人。是互联网的另一个特点，例如形式运营的这个定义：形式运营是指始末发明、编辑、组织、展现网站形式，从而进步互联网产品的形式价值，听听福利。制造出对用户的黏着、生动出现一定的鼓吹作用的运营。

我想围绕这日形式运营话题讲：形式运营完全指的是什么，它终于是一份怎样的就业，我的社区运营史，如何从零出手成为一线产品形式运营。

现在除了爸妈这一辈，人人每天都将大把时间花在了欣赏网页与把玩，生活却不知不觉的在欣赏互联网中被形式碎片化。

当我们翻开一个电商网站，我们看到了美不胜收的商品列表，列表中的每个商品有图片、有称号、有价值，以至还有折扣信息，想知道能看福利的直播app。当我们再点击一下商品，有各种各样商品的文案，有各种各样告成采办用户的评价、打分、晒单、计议；

当我们翻开新浪门户，我们看到了各种形式的新闻，看看直播。例如文字、图片，它们为我们开采了视野；

而当我们欣赏企业的官网、政府的门户，则可能看到各种新闻、法规、政策，企业产品、政府职能的描写；

我们离开百度探求，探求了一个关键词，可能取得上百万个结果，每个结果除了标题，还有被探求词的标红，有链接地址，有icon描写；

## 什么直播平台最开放

末了我们去贴吧，这儿有各种主题的吧，有生活、有文学、有游戏，有动漫，在吧内中还少有不清的装X卖萌的贴子.....

不论电商、门户、企业、政府、探求引擎、贴吧还是bbull crap，都是始末形式为用户提供供职。他们的区别只是，形式类型不一样，视角策画不一样，带给受众的感知不一样，可能参与和互动的方法不一样。于是，只消是互联网产品一定是无形式举行填充的，相比看桃花直播app。都必要形式的运营，只是不同的互联网产品，形式运营的重视不同。

为直观的让人人感遭到形式运营岗，我到互联网垂直雇用网站截取了一些互联网公司的形式运营岗位JD，信任它们能够针对性的反映出各个产品方向形式运营就业。

棒呆-搬动互联网在线教育方向，肿么它的形式运营看着有点像出卖助理咧？

悟空找房-O2O风雅向下的租房，报告我这不就是市场助理吗？

形式运营运营推论产品运营

55海淘-跨境电商方向，终于找到了个名副其实的电商形式运营了。

形式运营运营推论产品运营

Mo9先玩后付-损耗金融方向，这是在找新媒体编辑吧！

形式运营岗就业八门五花，其他产品就不继续逐一枚举。总体就是扫一眼雇用网站，感触宏大上的形式运营已被掰弯。对比一下nagezhibopingtaiyoufuli//754.html。

梳理形式运营从业者价值，说说我所清楚明了的社区形式运营应当蕴涵哪些就业：形式的采集与创作、形式的管理与展现、形式的传导与分散、形式的定位评价。

既然有这么多个就业，做为零基础的从业者，或者是一家守业公司、企业孵化的外部项目，该如何做好形式运营？

作为毕业一年的伪“职场新人”，有幸在两款至多在现阶段来说还比力告成的社区做晚期的形式就业。2年前作为年龄最小成员，到场了小红书晚期守业重点团队，是社区运营与推论工人。公司在6个月后以尽头低的本钱获取到10万用户，sexoquene.tv少女直播。并告成拿到金沙江领投真格基金追投的几百万美元的A轮融资。

可能是受老罗“彪悍的人生不必要解释”的利诱，再加上大学时埋下的百度“情结”，一路向北到帝都百度贴吧处置形式运营就业。时期做过贴吧形式发掘与品牌扶植，也有幸参与了贴吧“新玩法”项目，其中贴吧客户端看贴成效的DAU，从0持续增加至400万，有用达成提拔贴吧客户端新用户留存目的。

把自己在社区参与到的形式运营历程分红三个不同阶段，从零出手成为社区的形式运营。

晚期形式编辑做好一件事情！

做晚期社区产品的形式编辑，将出现形式作为重点就业，对比一下哪个直播平台有福利。对产品自身体贴并不多，只必要对自己的编辑的形式负责，包括发什么形式，形式什么时候发，以及形式的数量、UV、互动量等。下面金融方向“Mo9先玩后付”公司招的新媒体编辑，他只必要对写进去的文案能否流利负责。

想要100%完成社区在这一阶段就业的要求，需做好这2件事，一件是寻找社区的形式调性，第二件是起好形式的标题、描写、图片。

关于文章的调性的寻找上，可能对一经发进来的形式举行数据分析，听听有什么直播深夜福利。分析的维度可蕴涵但不限于阅读量、点赞量、评论量、热区点击量等。分析只是手段，提拔晚期形式运营效率才是目的，必要能够根据数据分析结果做出社区形式更新布局的调整。

例如晚期我在做看贴形式编辑时期，始末文章点赞的数据处置惩罚，分析发现贴吧用户热衷于为文娱类文章的点赞，其次是贴吧特有的玩法直播，以及生活技巧类。根据这样的结果，把形式更新战略调整为在连结原有的直播、生活技巧、段子类的文章更新数量基础上，加强对八卦类、迷信历史类文章的形式供应。

形式运营运营推论产品运营

社区的形式调性风雅向对了，加上小同伴们受罪耐劳的运营品格，根本上形式编辑就业效果也不会差。

作为正经要求自己的合规编辑，想知道app。为提拔编辑能力还可能在形式的标题与描写、配图高低功夫。你知道能看咻咻福利的直播app。标题（权重最高）配图（权重次之）描写=表达出文章重点形式，这是对形式编辑要求的底线。

在第一个阶段的形式编辑的末了，重点说下形式的标题技巧，这些方法能够扶植你在做社区编辑时为文章起一个合格的标题。

## 妖妖直播

### 1.如何体

是有用性的最根本形式，文章的价值几何，如何体和即得收益相贯串，挠到受众痛点。标题形式可能师法《技术型营销人必看：Airbnb晚期是如何用GrowthHasterntowardsing currentk获得更多用户的？》、《当代营销人进阶之路：如何从零出手成为营销技术专家（MarketingTechnologist）》、《如何发邮件吁请扶植，并获得超高回复率？》。有目共睹全文发挥了个什么题目，读者从标题就会剖

断，是不是自己想要的形式？

## 2.合集型

6种方法、5个提倡、4个趋向。合集的便宜，每每在于它的归结总结性强，1篇抵孤独看5篇。数字的堆积也给人冲击感和饱腹感。这种合集型文章读起来也比力紧张，由于文章被拆分了，有时看二级标题就能get到点。像《Airbnb报告你如何用鸡肋换鸡腿：三种分享型经济的典型案例》这种，就比孤独先容一个Airbnb更雄厚。学会恋夜秀场直播间。另外，盘货、榜单也是一种讨巧的方法，如《【盘货】重磅推举！2014年度互联网最装逼词汇榜单》。

## 3.带反面词汇的标题

例如：能看啪啪福利的直播app。4个罕见毛病、5件你应当制止的事。这些反面词汇每每让人警醒，想一切磋竟，见不行而内自省，始末一些毛病的案例来获得启示。《倘若你的简历杳无音问，看看这8个秘籍》、《关于故宫博物院你所不知道的那些事儿》是不是比《8个简历制作秘籍》、《故宫博物馆的那些事儿》更让你眉头一皱，想点开文章来排出此时的反面心理？

## 4.加一些修饰词

修饰词有2个作用：

- 1) 让定义更明确、奇特；
- 2) 增加读者的情感强度。

《最好最新的案例库都在这里了|HuntBySocihasBeta》，说案例库，伶俐的读者就知道这是何如回事了。但我上哪儿不能看案例呢？用“最好最新”来说明这个案例库的特点，你才有一点心动吧。

## 5.带有急切感

“你还没尝试过的”、“最新推出的”...人人都有探索元气，兼具回击考证的心理缺口。会立马想考证下我终于尝试过没有，最新推出的东西我知道了吗。

答她是大学舞蹈系的哦那两个大匈十分白哦大秀

而且，让标题充溢急切感，也是呼喊步履的一种表示。

《【案例】这么有趣的航空安定须知视频，你看过吗？》，你会不会想急忙去考证下，这个视频自己看过吗？真的有趣吗？倘若还不知道何如用，教你一个万能形式：你知道哪个直播平台有福利。动词所得利益。像姜茶茶有篇文章标题《学会这些英文单词，你就可能在广告圈混了！》。

## 6.赋予珍重资源被读者独家抢占到的感触

“F\_webBook外部员工就业指南”、“Google程序员薪资探秘”。看到这样的标题，读者觉得你给的信息，他能取得，他人得不到。而且，获取这个独有的信息后，读者会更高兴作为流传源，向他人散布常识（不得不招供：恋夜秀场|2345站。好为人师是本性...）。

李靖有一篇影响甚大的文《【李叫兽】如何写微信民众号文章：文章流利耐读的奇妙》，如何写微信民众号文章一经够吸收社会化营销人们了，再加上文章流利耐读的利益引诱和奇妙展现，你能否更想点开探秘，然后分享给朋友们？

## 7.解释性标题

《学生团队如何取得35W出卖额：专访南京大学欧莱雅义卖团队Mr.Miss》，专访、欧莱雅的关键词赋予了文章奇特性，也向读者传达价值和探秘感。再加上数字和如何体来补充事实和常识性说明。什么。

## 8.善用双关语和调皮话，增加兴味性

双关语网络热词是种很好的搭配，他们相互补充希奇创意与过度大作间的不均衡。像《当遭遇“蠢蠢的死法”，连最悲催的“领便利”也变得萌萌哒》这种，固然很隐喻，但奥妙兴味足以让人排出消耗体力的苦恼。

## 9.传达能简单习得和立马速成的感触

人人都很忙的，不一定有时间和志愿去庞杂研究。《一篇文章读懂营销实量变化从广告到SDi》、《7步教你玩转LOGO策画》，你会不会信仰满满，读这篇文章就立马get作育成就成果？

## 10.福利帖

标题阐明，读这篇文章有福利。恋夜秀场直播间电影房。2种方式，蜜色直播。一种是间接打上福利的标签，如《2014年度礼物榜单—献给不会送礼物星人的福利帖!!!》、《【雇用福利】高端职位专场：新媒体和营销类职位》。还有一种是隐喻，使用“指南”、“面面观”、“入门读物”，这些词，可能这样组合用《【指南】关于视觉营销利器Cinemagraph，开放。营销人应当知道的概念、案例和最佳执行》、《过年充电：36篇社交媒体和数字营销人荐读文章（职场篇）》。

## 11.代入当地化和渠道特性

### 什么直播平台最开放

试想一下《庆丰小吃是如何做电商的》，杭州人会有共鸣去一切碰竟，但放到大口吃肉的新疆或没听过庆丰小吃的国外，对比一下大秀直播。还会有人体贴吗？着名地标或者有特点的地点也能带动更大地域的狂欢，《三里屯从此多了一家价值很奇葩的酸奶公司》这样的标题吸收到的可不止是三里屯的人。

## 12.借热点春风

网上看到一名新媒体营销从业者徐妍说“我们之所以追热点，是为了有一天，可能不追热点。”大作是一时的，我们可能借热点的春风来造势，但你原来的形式才是实质。

异样，标题也可能借热点来取，我之前看到一个雇用广告，就用了《世界那么大，你哪都别去了，时趣，要你》，配上创意雇用图文，对于水莓来射吧最新。获得了多量蓄志思的互联网重度用户的求职。

## 13.标题打擦边球

这种标题在一些草根营销号出现的最多，有时候为了阅读量也会略微的用一些，例如《饥渴了？我下面给你吃》《出差回到家，发现老婆跟隔壁老王竟然...》

形式运营是一个持续自我进修并执行滋长的修行，当你满意足于只做好形式的编辑这件事时，允许卖肉的直播平台。会出手尝试寻找更具明确方向的形式就业，这也就进入了下一阶段-形式运营。

晚期形式运营做好一个方向的事！

一个只会形式编辑的运营，对好的社区产品来说是远远不够的。投资人与用户的ctypichasly的是这款产品能否提供了海量形式，质量能否履足了他们的形式损耗需求，他们可不在乎形式是由几个编辑举行PGC还是用户的UGC撑持。

第二阶段所说的一个方向的是，根据不同的产品阶段，除了为社区提供足够的形式供应外，同时还管理好一共与形式相关事情，小到形式更新战略，大到形式专题活动筹谋，也就是做好下图的整个形式供应链。

聊聊社区晚期阶段在重点形式板块的初始化运营，平台。以及如何为产品上线前提供充足的形式供应。

### 什么是形式初始化运营

就是在建立好的形式框架下，在用户进入之前，去填充一些形式，这些形式是初期网站或者产品的重点局限，并且代表着网站与产品的价值观。

对待这样定义下的形式初始化，我们发现其中有几个依赖项必要在形式初始化前解决

对待这样定义下的形式初始化，有以下几个必要在形式初始化前明确的题目：

1) 断定形式面对的初始用户群，越细分越好。可能完全到好似“打定在圣诞节去香港购物的都市女性”的用户画像。



2) 想清楚第一阶段用形式解决用户什么题目，并举行形式打定，用这些形式做种子用户留存。

3) 关键途径指点与初始形式打定的用户参与。必要有新用户进入后的发动页指点文案，美女裸体视频夜恋秀场。有每一个步骤的指点浮层。让进入的用户大致知道这个社区是什么样的社区，知道如何参与到形式劳绩。对待社区型网站或者产品，可能是自己作为用户或者定向聘请一些种子用户出手做的形式填充。

4) 确立好形式供应链的架构。即始末编制去解决形式从哪里来、到哪里去的流程题目，想清楚用户进入社区后应当看到哪些形式，他劳绩的形式应当被分到哪一目录。

## 如何有用的做形式初始化

在产品未始末安静性测试与上架商店前，常例的推论方式（包括百度SEO、新浪粉丝通、广点通、互推）是行不通的，这时可能始末以下方式来获取最晚期的用户，始末他们来出现产品上线前的重点形式。

## 形式运营运营推论产品运营

最笨的方法，在晚期也是最有用的出现形式的步骤，别想社区一出手就实行UGC。

1.社区编辑。在产品尽头晚期阶段社区编辑主要有两方面的就业，一方面编辑形式，另外一方面是到各个社区去私信Or发帖聘请达人来编辑形式。

例如，乔布简历晚期的简历是必要编辑自己去做或者是去网站上copy的（最怕有节操的编辑，完全不想copy）。另外也必要编辑到豆瓣、人人、新浪微博找到相关的简历达人来做社区的最重点的晚期用户。学会什么直播平台最开放。这个阶段的编辑考核就业除了简历数量外，对于妖妖直播。还有聘请用户数量。

2.开创人。产品的开创人既然敢做这款产品，也必定会在这款产品所供职的范畴会有过人之处，至多会有一些的形式堆集。开创人在产品上线前不但要为公司的融资或者技术操碎心，更要为形式的预运营提供足够多的支持，最好的支持力度是到自己编辑亲身监视 亲身聘请。直播。

3.守业团队。团队晚期成员聘请自己的朋友来社区玩，一是能够让他们为社区出现形式，二也方便让朋友知道自己守业是做什么。倘若我们做的这款产品，身边没胜过10个朋友对它感兴趣的话，要么是产品市场有题目，要么是我们不相宜做这款产品。（提倡，可能筹谋团队聘请竞争，聘请多的有嘉奖，聘请少的责罚高歌一曲。）

4.真适用户。晚期可能始末利益驱动用户来社区劳绩形式。乔布简历，倘若收回这样的一条信息：“一般在乔布简历告成公布（排开反复传、不合格的简历）一份简历嘉奖5元，每周选出5名用户劳绩值最大的用户获取1000元嘉奖。”有若干好多大学生会放肆的到网下去COPY简历传到乔布那！



## 台湾视讯点数破解问：网路爆红台湾江南妹 全部视频合集 19部 求视

有用的运营战略都是建立对产品的方向用户足够的了解基础上，5元的金钱嘉奖对大学生来说足够吸引人，对社会白领来说就能是呵呵。

### 如何让开创形式出现最大化价值

倘若不能很好的对未上线的产品举行形式分类与编辑，不是产品定位隐约不清，就是这块产品从实质里就没市场。可始末不同的展现规则营建出形式雄厚的社区气氛，做到形式四两拨千斤。

做好社区的形式分类规划，是对社区形式举行预运营的重点技巧。啪啪。在产品初期数据无限，不宜对形式细致的分别，做到用100%的辛勤出现20%的重点形式让80%的用户觉得有用。

例如一款提供组合类团购的产品，看着什么直播平台最开放。我不知道恋夜秀场12345站。在举行团购商品信息预运营时，

美女裸体视频夜恋秀场美女裸体视频夜恋秀场,欢迎来到我秀恋

应当优先拣选电影、KTV、美食的团购信息，并且这些信息主要以武汉、上海、北京这些都会为主。

第二阶段的形式运营，都是始末一个方向的形式运营，来支持产品的某一个方向。除了可能做形式的初始化外，还可能做形式时效性、形式劳绩用户管理、形式审核管理等。形式的初始化是支持产品上线方向，形式时效性是为产品带来有节点的流量岑岭。

### 形式方向的产品运营

经过第一、二阶段的进级打怪，在做到能够hold住一个形式方向后，可能出手尝试做形式方向的产品运营，好似做贴吧客户端看贴成效的运营。

这个阶段的要求是用“面”的运营头脑，同时管理起多个方向的形式运营，以形式作为连接产品和用户（或用户行为）的桥梁，把产品的重点目标为运营方向（如DAU或贸易额）。形式方向的产品运营绝不只是发几个贴子就OK的，相比看能看啪啪福利的直播app。而是蕴涵了很多新的可完全描写的能力要求。

### 形式运营运营推论产品运营

1、拆解方向。把一个产品扔给你，告知项目背景跟要求，你得始末自己的形式运营头脑出计划。你的形式运营就业占产品整体方向的份额是若干好多，为实行这个方向能做哪几个方面的事，做事的途径是什么，必要哪些部门支持，权衡这些事能否做好的目标是什么？

2、形式定位。始末产品定位断定用户定位，始末用户爱好断定形式定位。除了可能自己做阅读量与互动量分析外，还可能与公司用户体验部配合举行形式调研。尺度大的直播app有哪些。此外，根据定位确认产品的形式更新机制能否一经确认，是自动更新，还是酬劳更新，有无更新机制和审核公布机制？

3、形式典范榜样化。直播。UGC类产品的形式是用户发明的，但必要始末管理和展现优良的形式去典范榜样，从而变成形式的闭环。

这方面就业可能参考状知乎或者百度百科，做用户指点与积分奖惩场景搭建。知乎提供了一个“知乎指南”作为新人指点，以便新人急速了解社区、进修操作和控制简略的社区形式法式。百科把老手指点做成了跟游戏一样的小任务，始末视频与文字的形式对新人指点。

4、专题筹谋。这个就不多说了，保守意义上的形式编辑和筹谋。未雨绸缪的做好专题工具扶植，包括专题形式模板工具（倘若没技术排期，推举百度轻应用）以及投票/PK/音频等互开工具。

#### 形式运营运营推论产品运营

5、形式展现。产品必要遵循某个逻辑去展现形式，如最新or最热。sexoquene,tv少女直播。运营必要给出更多有特点的形式展现玩法，如互动最多、被赞最多、tag等。

6、发版筹谋。这是个最容易被漠视的一个环节，没有接触过推论的形式运营可能只做了最根本的站内宣传。精确的发版筹谋应当蕴涵“应用商店的配合，什么直播平台最开放。SEO，ASO的计划和实施以及行业公关文”。

7、推举体系。周期性甄选出高形式质量，始末各种方式将这些形式展现给用户。展现的方法，无非是用户自动的发现，与运营人员对用户自动的举行推送与指点。推送或者说音问、通知，是很多运营人员都会去做的事情，倘若我们去分别通知或者推送的渠道，可能会蕴涵但不限于以下类型：

8、数据分析。数据是相当主要的，倘若运营的是一个纯形式阅读的成效，对守业者来说你要用数据证明你的形式进而拿到融资；对企业孵化项目则要证明的是这个成效对重点KPI的价值，也就是你所做的这些形式生存的必要。

数据分析就业包括发版前做数据安顿，对关键途径的埋点，能看。后续运营持续的体贴和分析数据。根据分析结果管理形式包括数量、更新节拍以及产品成效优化。

说下形式运营的三个高阶退化方向，坚贞下小同伴对形式运营的认可，举行转化为对它的钦慕，哪个直播平台有福利。拼命做高阶形式运营。

倘若能够在社区，做完下面说的三个阶段的形式运营，你会get到其他方向的运营甚至是产品经理都不完备的超炫酷工夫——成为公司对社区形式境况最洞若观火，以及能够第一时间发现每天发

生了哪些有趣的事情的人。

例如在贴吧完成了这3个阶段的运营，能看啪啪福利的直播app。你会最新发现哪个吧跟哪个吧吵架了，谁做了一件刷新三观的直播故事，目前又有什么新的文娱八卦了，或者他们又在聊什么跟产品相关的话题了？

## 想看看全世界的潮人都在穿什么

也许你会觉得这个工夫不够拉轰，但是倘若能诓骗它完成以下这些事，红杏直播。也足够帮你建立社区形式运营能力壁垒。由于这些是没了形式运营就不太好做成的小事。事实上美女裸体视频夜恋秀场。

### 1、形式栏目品牌化

把每日或每周都有的常例形式做制品牌栏目，如贴吧看贴的热狗说、猎奇日报、百姓吐槽日报等。始末形式可能提拔用户对产品品牌的认知，安静用户欣赏形式的时间预期。

重点说一下我最喜欢的栏目“网易紧张一刻”，日均PV不清楚，但身边在用网易新闻客户端的同事都说「每天翻开网易新闻客户端就是看看每日紧张一刻，再趁机看看别的」，手机在线聊天网页。这个栏目从以前的每天一期变成了现在的早晚报形式，并且还有各种方言的语音播报版，可见人气是很足的。

紧张一刻是新媒体中心特地为网易新闻客户端所制造的栏目，在胖编的管理下征求段子，图文并茂地汇编进去，其优点在于：

- 1) 出品时间正好是高低班时间，比力相宜缓存了之后在高低班路上阅读；
- 2) 文字短，不会给人带来阅读累赘；
- 3) 诙谐有趣，针砭弊端，能从这个栏目急速紧张地了解到当天的抢手话题；

当形式栏目的品牌到一定水平，也就是用户堆集与文章供应量大后，可能尝试举行品牌产品化，例如现在的豆瓣一刻与知乎日报、果壳精选。

### 2、优良形式输入

作为形式运营除了站内的用户生动外，有什么直播深夜福利。还可将的优良形式输入至站外，这样做对产品流量和形式品牌都是有便宜的。在品牌层面的输入，好似知乎周刊、知乎「盐」、百度知道大数据，以话题为单位的形式聚合，制作成电子书或者出版为纸质书。

还可能是商务配合式的栏目输入，为产品拉新做鼓吹。例如入驻Zaker、本日头条、网易新闻，手机百度、UC欣赏器。当然，资源足够强的形式足够优良的话，也可能输入到电视媒体或者报纸杂志，以及预装在其他智能硬件上。

### 3、形式商业化

除了做形式植入广告的常例变现手段外，可能尝试IP营销，做形式人物形势周边，做栏目周边。还有的就是做付费阅读，前向免费跟后向免费可根据现实境况举行调整。

最拉轰的是做B2C社区电商，从形式社区到电商社区转型，你看蜜桃秀直播。始末优良形式密集大批用户，始末发掘者批用户的商品需求后，为社区到场电商模块。在这个方向上的变现，一经有估值上亿的告成案例了，例如小红书，SMZDM。形式商业化对形式自身来说是件难事，我也没探索清楚这条路何如走，人人可能多交换。

产品不一样阶段不一样，手段也就不一样，再次声明仅供它参考！独逐一样的是作为形式运营时刻连结进修，对形式足够迟钝。

(原文/产品菜鸟汇VX整顿编辑迎接转发)

### 相比看台湾视讯点数破解

什么直播平台最开放\_能看啪啪福利的直播app,恋夜秀场直播间

[财视网]李浩，易才集团总裁。一位才气内敛，表情沉静，偶尔会流露出略显羞涩笑容的企业领导者。我们先来看下他的成长历程：[财视网]大学2年级开始投入社会实践中，为IBM等大型企业提供校园招聘服务，第一次接触人力资源行业；[财视网]暑假背上背包，揣上一本只有封面，没有内容的“无字天书”，走遍各省市，向“老奸巨猾”的书商们推销教育辅导书籍；[财视网]毕业后打拼一年，再进入智联招聘，任职总裁助理。后来当人力资源外包业务从智联剥离出来的的时候，李浩意识到机会来了。[财视网]2003年，这个年轻人接手了人力资源业务，成了易才集团。创业6年中，易才集团先后两次融资，成立了国内最多的服务网点，成长为国内人力资源服务的领先品牌。[财视网]在易才成立之前，外企们在人力资源服务外包行业占有了先机。易才成立后开始了“老业务新做法”的战略，让人力资源服务呈现了崭新的状态。因为要服务于神州数码、联邦快递这种大客户，易才觉醒不再只把业务局限在一线城市，李浩开始了在全国城市的的布局。[财视网]借助1800万美元的风险投资，易才在全国200多个城市设立了服务网络，成为业内为数不多可以提供全国服务的人力资源外包公司。在易才的影响下，越来越多的企业意识到降低人力资源成本的重要性，行业蛋糕也在不断变大。[财视网]站在企业的角度，我们想了解易才集团究竟能够为我们提供怎样的人力资源服务？它又是如何保证服务的质量，能够为我们节省多少的成本？[财视网]站在创业者、经理人的角度我们对李浩的成长经历感到好奇，看似一帆风顺的背后，有着怎样的不懈努力，和触动行业神经的经营策略？[财视网]答案将在9月11日下午2：30揭晓，欢迎各位朋友在线参与易才集团总裁李浩的现场访谈，与李浩切磋过招！[财视网]各位网友大家下午好，欢迎收看商界直播，今天我们

的嘉宾是易才集团总裁李浩先生，有请李浩先生！[李浩]大家下午好！我是易才集团的李浩，非常高兴有机会能跟大家做互动交流。[财视网]刚刚和易才的工作人员交流的时候，发现你被称为浩总，我在节目当中称你为浩总没有关系吧！[李浩]浩总、李浩都可以。[财视网]易才一直在关心年轻人的创业，在你的母校成立一个创业指导中心，鼓励大家去创业，并提供支持和服务。同时你个人也是青年创业的典型，可不可以把你的创业经历和大家分享一下？[李浩]其实很多朋友问我这个问题的时候，我说我也没有太多很离奇或者很惊奇的经历，但是仔细一想其实挺有意思的。中国的第一波创业大热潮应该是1998年—2000年，那时候真是非常热，也是创业的概念刚刚在中国普及。我记得那个时候我才大二，大二我就开始参加一些商业活动。最早的时候在学校里面担任职务，这样接受社会经验比较多，然后就发现一些商业机会，比如说你去做考研学校的招生工作。我那个时候是大三。[财视网]年龄能不能透露一下？[李浩]我那个时候就21、22岁，然后去做研究生培训招生。后来做着做着发现这个业务它的生意周期不会太长，不可能所有的学生都去考研。概括来讲，我学生的时候还是喜欢多尝试。后来在大学里面做起了校园招聘，帮助IBM这种大企业开展校园招聘。是那个时候最早的校园招聘。[财视网]具体是怎样操作的？[李浩]我觉得到今天它的操作没有发生太大的变化，对于学校来说一个是有许多的优秀毕业生，然后，特别是一些大的公司把优秀学生招到企业里面。最早的时候我们给IBM这种大的公司做招聘。另外一个在学校里面也是要进行一定的活动的设计和推广，比如说要去做讲座，要去做校园内的一些海报宣传等等。当时主要就是跟当时中国一家最早的人力资源招聘公司合作，他们做大型企业客户的招聘服务。[李浩]我们做的是在全国很多高校帮它做学校的讲座、市场活动推广，还有校园关系的接洽，这个时候是当时我们做的事情。那个时候校园招聘也做了不少，只是可惜它是有季节性的；其次我们还在学校，不能放开手去做。另一方面获得的利润有限养活不了一个公司，所以后来我们大学的时候又去做了“图书教育出版”。[财视网]我看你个人简介的时候，了解到你带上两本样书就到全国各地寻找书商合作，特别累吧！一家一家的去谈。[李浩]这个经历其实我还是很有成就感的，因为我在那个之前对教育图书这个行业是不了解的。我在比较短的时间，大概就两个月左右，你就要拿着一个样书就一张封皮，跟民营的经销商谈。[财视网]当时只有一个封面，内容没有？[李浩]只有一个封面，我告诉他作者是谁。然后就拿着一个行李箱到处走，我走了大概五六个省，这是我特别值得骄傲的一件事情。那个时候还在学校读书，拎着箱子出去带着一本样书，见了很多世面。那些书商都在当地做了几十年的，经验都非常熟了，都是江湖经验非常充足的人。[李浩]但是毕竟我觉得还是走了一圈回来以后，查了下账户，他们已经把订金给我存上了。所以这个事让我当时觉得特别有成就感，倒不是挣了多少钱回来，而是带着只有封皮的书去说服几十年经验的人，我觉得这个是有非常好的成就感，但这个过程当中也确实挺苦的。[财视网]一本只有封面的样书，一个年轻的毛头小伙子，还在上学。对方是五六十岁久经沙场的商人。他们可能感觉你是在忽悠，这种情况之下你怎么说服他们的？[李浩]首先每个人都是有感情的人，所以以诚感人很重要，就是对人要真诚。我跟他们谈也会谈到自己涉入这个行业不久。当然你表明你的观点，你的观点他要认可你，他要认可你了这就是信任的基础，接下来确实你表达出来未来的发展计划切实可行的。[李浩]比如你会谈到怎么设计书当主编，你会谈到通过哪个出版社也会有一些证明。所以最重要的就是以诚待人，你自己随时都有热情和激情，确实能够给大家未来发展希望吻合就可以。没有那么复杂，把它想得简单一点。[财视网]毕业之后你进入了两家公司。这个阶段你学到了哪些东西？或者说为以后的创业积累了哪些东西？[李浩]刚才说一次创业失败，二次创业失败那也是非常宝贵的经验。我来做易才的时候，有朋友问：你苦吗？我都说不苦，因为比你前面的日子好多了。我毕业之后先去的是卓越，卓越是我在2001年到2003年初，当时正是非典，这段时间我是在卓越北京呆了一年，上海呆了一年，这对我的帮助很大。[李浩]这是一个新的行业，电子商务行业，特别是后来我在上海的时候是负责整个上海的运营工作，它的市场、产品等等，对于最前沿的东西都要有所了解。所以我觉得那个对于培养你

整体运行的能力有很大的帮助，当然易才现在之所也在上海发展很好，我对上海真正深刻了解，树立信心就在那个时候建立起来的。[李浩]后来去招聘的时候正是非典的时候，那时候坐飞机印象很深刻，都带着口罩，回北京。在招聘呆了不到两年，这里面最大的收获就是培育或者去发现了易才这样的机会。[财视网]前面的创业故事不是今天的重点，我们就一笔带过，那后面就正式谈一下人力资源的问题。首先是人力资源的问题。你也是人力资源行业的资深人士，你在组建团队的时候选择了哪些人？[李浩]我是觉得直到今天，说句实话我都不是一个非常资深的人力资源专家，我还需要学习。我觉得需要找到跟你优势互补的人，能够跟你共享资源发挥各自所长的人，所以易才从03—08年第一个五年，我们的特点大概是有两个明显的阶段。[李浩]在创业初期的时候我们可能需要很多不一定背景非常强的人才，但是要很有热情、激情、实干精神，就是有这种创业能力的人，所以我们最早团队组建的时候其实是一批有一定的经验，就是HR背景，或者是在企业里面的工作经验，也有包括在专业实际操作层面的，甚至专门找的专业毕业的学生。[李浩]敢拼敢做。等到发展一个阶段以后你会发现变化，你可能在专业度上要再上一个台阶，才能满足更多的市场发展需求，所以我们又引入了在中国这个行业内，经验非常资深、非常丰富的人员，这个阶段其实对公司规模再上一个台阶起到了非常大的帮助。[李浩]到今天我们就进入了第三个阶段的人才需要，我们需要更具有全球视野的，有大的规范化公司企业经营管理能力的这种职业团队，所以我们开始引入从海外引入人才。所以分这几个不同的阶段特征，从我来说最重要是要找到这些使大家凝聚在一起有所发挥，另外一个内部人才不断得到培养发展，朝着未来发展的方向去走。[财视网]第二个阶段中，作为新企业是如何打动他们让这些资深的专家加入到团队中来的？[李浩]其实很多东西还是有同样的逻辑的。你首先需要很真诚，因为到你那个发展阶段你不可能老是描绘自己多大的公司多少美好，你要很真诚的告诉他们我需要你们的帮助，需要大家的努力，同时还有一个非常清晰的目标远景，大家非常认可的方向。比如说中国这个行业前景真的很大，而且市场还没有规模很大的公司，你要客观的分析。[李浩]其次还要有清晰的战略，你告诉大家我们怎么去达到这个目标。如果大家能够认可，这样才有一个非常好的、非常开放的氛围，让大家在这个氛围下面去发挥这样的理念，这样大家情绪就很高。当然在不同的阶段肯定需要在发展上在未来得个人回报上的一些承诺，一一的兑现这个承诺。[财视网]当时说到的愿景是什么愿景？我特别想了解你们易是否一直在坚持这个愿景和理念？[李浩]易才这几年一直发展很快，一个很主要的原因就是我们的愿景和目标战略几乎没有差距，我们一开始的定位就是在中国做一个全球性的大的行业公司，这是完全有可能的。[李浩]因为中国人口巨大，而巨大的人口做这个业务又不需要那么多的多国际上先进的技术，多少多少亿美金的资本投入，完全是根据这个国家的人口、文化、制度，以及你要了解中国市场该怎么做，所以这个愿景一直没有变。到现在我还在说要中国本土的国际性的服务外包公司，所以我们吸引了非常多的大学生。[财视网]这个愿景非常好，很多朋友在问，易才到底是怎样的一个公司？易才到底是干什么的？请浩总给大家介绍一下。[李浩]我自己在进入人力资源外包行业之前也是完全陌生的，所以我一直在努力的很简单的把这个行业说得很通俗。比如说人生活在这个社会上非常重要的一项内容就是要有工作，对吧！那么有工作肯定要想办法有相关的保障，那么这里面围绕在企业或者在城市单位组织里面去工作，包括工作就业，享受更多的福利，这就是产业业务。[李浩]通俗的来说你的工作是不是要签劳动合同？是不是要接受培训？你后面是不是工作之外还得发工资，交福利保险？等等这一系列的事情，包括你肯定会有一些生病，医疗，一些福利保障这些就是我们的业务，我们都可以为企业，为团体做这部分的业务。所以只要跟人相关的，只要你的工作有福利保障就是我们的工作。[李浩]当然作为易才来说都希望每个人都有工作，每个人都有好的福利，这样易才业务才会越来越大。具体来说具体分为几个方向，一个方向是你有工作以工资福利管理为主的就是代理业务。[李浩]第二个就是这个企业用人的时候不完全都是自己签合同，他有一些可能希望我从你这儿整体的采购一项人力资源服务，这个服务就是一批人来帮我做一些事情，这就叫



租赁业务，把整个一批人作为产品打包。还有一个就是作为企业来说，企业为员工提供这些福利、保险。我们的核心业务就这三个方面。[财视网]那我们可不可以这样理解，一方面呼吁企业降低企业的人力资源成本，第二个方面是帮助员工实现他们的工作价值。[李浩]帮助企业提升竞争力和效率，从而达到降低经营管理成本问题，我们是通过企业的平台帮助企业的员工来实现大家的共赢，实现如何更好的发展，他们都是我们共同的客户。[财视网]你接下来可不可以举一个例子，你们是如何帮助企业提高他们的核心竞争力的。[李浩]比如说我们现在做社保的代理业务。因为我们国家省份很多，地域很广，每个地方的政策不一样，而且政策也会根据每个地方的特色进行一些变更，从一个单独企业来说他没有那么大的庞大HR系统是支持每个地方的业务。[李浩]因如果我们来帮他们做，他们就不需要组建这么庞大团队。而且真正要做这种服务的人员，还要有一些专业知识，包括工商都要相关，他自己做的时候无论它的人员、还有他的专业、还有它的风险管理成本都很高。他交给我们做了以后，他只要把需求提出来，我们帮助他们解决，他一看怎么怎么做这就是外包市场。[财视网]从2006年开始，易才获得两轮风险投资。我觉得风险投资都是很挑剔的，他只会做锦上添花的事情，不会做雪中送炭。那为什么易才会获得风投的首肯和青睐？[李浩]其实我们在06、07年迎来了两个风投，一个是GV，一个是CID，这两个基本上都是投行业数一数二的公司，我们当时公司发展趋势态势还不错，但是还谈不上是国内数一数二的。为什么确实能拿到风投？而且两轮资金到账都是在一个月之内，从一开始谈到钱到帐全部完成，而且每次一个月谈完之后后面还排着其他的风投。[李浩]我觉得最主要的其实一个行业通过整个的经济发展很多行业都有机会，这个行业在国外是比较成熟的模式，这是第一点，没有大的行业背景不行。第二个我们觉得易才在过去的快速，发展成绩也是很明显的，从收入的增长各个方面，但是最重要的一点我觉得是让他们觉得很有信心。[李浩]另外，融资成功也是跟整个团队是分不开的，因为你未来的发展靠的就是团队。我想从02年开始做投资到现在，我们兑现了我们当时的承诺，每年发展都很好。[财视网]当时的承诺是什么？[李浩]我们希望在未来几年变成行业的领先者，在多长时间变成行业的领导者。我觉得我们当时在三年发展计划当中每年都实现了，包括每年收入300%的增长。[财视网]你们合约中有没有对赌协议这些内容？[李浩]我们合约很简单，我们当时谈的时候我也是比较对单位有信心，第二个我也是很OPEN的人，对大家有所信任，不需要签其他的条款，这样反而会破坏大家的合作；当然从公司发展来说从各个业务来说，其实比我们每年制订的发展预算要做得好，所以实际上我觉得一是很敬业，第二就是大家很OPEN，是真正围绕整个公司发展去做。[财视网]前面两个问题我们了解到易才特别年轻，理念特别新颖，后来招聘资深人士加入。[李浩]我们今年金融危机会招更多人，将近有500人的招聘计划，但是核心的团队也在陆续的招，从500强的企业会有几十人的招聘计划。[财视网]李总融资之后如虎添翼，发展之路一路走来不容易。据说在创业初期你在发展自己客户上，你在A4纸上写上目标客户的名字，这些名字有神州数码、宝马、LG，联邦快递等企业。据说，这些企业后来真的成了自己的长期客户了，有这回事？[李浩]是的。但是过程没有那么理想化。我觉得我们一开始就是所有的团队坐在一起，看大家对你有没有信心。我们看到最早的国内同行有很多大的客户，我们刚开始起步的时候大家得有一个信心，我们得一步步来。[李浩]面对500强客户，国内行业最顶尖的客户，我们得有这个信心。后来要通过非常市场化的做法，一开始得有一个清晰化差异化的战略。我们今天非常受益的是：提供全国网点最多的一站式服务。就是把你每个点成为我们的服务的对象，现在的西藏以外的任何地方我们都可以提供的点对服务。[李浩]这当然是一个市场供需，到今天为止，排在第二位的竞争对手只有我们网点一半不到，全国的服务易才是遥遥领先。有了这个战略之后很多大客户都成了我们的客户。比如我们的神州数码这些客户基本都是全国网点很多，如果找不同的供应商，管理成本会非常高，负责水平参差不齐。而只有易才一家公司可以满足他的全国性需求。[李浩]我觉得这就是是差异化的战略和差异化的竞争力，通过这个不断赢得客户。每年有很多新的差异化战略出台，也在不断地增强我们在服务方面的竞争力。[财视网]



]具体是怎么服务的？是怎么做培训的？这个事情可以不可以谈一下，让大家直观地认识到易才是如何为企业开展服务的？[李浩]以神州数码为例，我正好这一次在北京也做了一个汇报。我们在一起合作有十年了，很有历史、很有情感的一个客户。最开始接触的时候机会比较好，那时候它刚刚开始考虑做全国一盘棋的规范化，希望找一个全国一盘棋的供应商。而我们全国一盘棋，到处都是自己的网点。一站式服务他们非常认同，他也是一个创业发展的民营企业，这样有了共同认可之后就共同发展。[李浩]实际上我们是和客户共同发展，在这点上我们帮助他在全国整合管理各地不同的供应商，对他们整个的人员管理也起到很多的作用，这是共同的战略发展需要。[财视网]也为他们提供一些人才供应吗？[李浩]神州数码有很多代理类的产品，在全国有很多不同的代理供应商，原来是他自己管的话，要管理这么多不同的供应商，他的人力资源管理、规范化管理成本比较高，风险很大。这时候把所有接洽的人合同和我们签，由我们去管理他的风险这些事情。我们会是一个统一的供应商，只要管理我们一家就够了，这就是它的卖点，从事使它的整体管理成本和风险都降低了。[李浩]我们在2007年做了一个业务创新，我们当时叫BPO，现在是中心业务之一，把人员从招聘到培训到整体输出是一站式完成，这个是客户需求的功能出发。[李浩]我们在杭州有400人的呼叫中心，到目前为止是唯一的一家，也是第一家，我们现在也取得了很多大的客户的认可，像银行、金融类的客户参与这样的服务很多，也包括电信类。[李浩]这里面其实故事也很多，我们最早的时候想把工人从招聘到他的就业输出一站式完成，除了提供一些很职业的培训外，呼叫中心人员还要学习专业课件。这个业务你首先要解决人的来源问题，我们最早这个业务的负责人很辛苦，我们叫做上山下乡。比如最早是直接到云南农村把人招过来，送到一个地方培训然后就业，这个是一站式服务。[李浩]做这个的时候很有意思，最早的时候好不容易上山下乡来了一批人，和当地的村支书吃饭、喝酒。结果拉到省城少了三分之一。[李浩]人都到城里面找工作、探亲去了。到广东之后又少三分之一，为什么？他想搭便车。车上还出了不少故事，后来总结下来，这个方法远水不解近渴，周期太长，波动性太大。我认为任何创新都是有代价了，所以我们鼓励大家一直往前走，走到今天这个问题解决了。[李浩]我们就是要建立自己的基地，就像水库的人才蓄水池。比如我们杭州呼叫中心是几百人，我们自己的后勤关系什么都有，就是很稳定的一个地方，不是输送完了就走了。[李浩]其次我们把人员招聘培训放在一线，比如我们今天会做农民工创业就业示范基地。我们在最需要人才的地方去建立很多人才基地，而不是从那边收过来输送过去，这个周期太长，在人才最富裕的地区把他召集好，培养好然后再输出。这个模式会越来越清晰。[财视网]之所以采访人力资源外包行业的易才，是因为易才一直在开拓这个领域，做了很多创新，比如说你说的创新的很多代价，曲折的道路，我相信易才在做的时候可以给这个行业树立标杆，给行业带来启发。[财视网]我们可以不可以简单明了地解释一下易才商业模式，我相信风投考察的时候问商业模式的问题，一般是看行业发展前景，领导团队，还有就是商业模式，就是怎样赚钱。[李浩]其实我的模式说到底还是一个人力资源外包服务，是根据企业发展的需求如何去更好地配置人力资源，如何更好地去用人的力量去推动企业的发展，如何在这里面帮助企业更好地发挥人的价值。这是我们在企业、人之间和社会发展之间取得的共赢的我们的生存点。基本上这就是我们的价值，也是企业发展的生存观，以人为本，与企业、与社会共赢未来。[李浩]是主营业务。我们大概有一万人做租赁业务。同时，我们整体的服务规模是几十万，进入金融危机之后市场需求确实是在变大。最主要的特征是：通过一定的专业培训让人员掌握一些就业专门岗位的技巧和能力，从而满足企业的项目式、特点岗位的工作需求。[财视网]有报道说金融海啸总从2008年开始，很多企业陷入了困境，但是易才的业务不降反升，这是否属实？[李浩]绝对属实。到我们易才内部问一下员工，员工都不会感受到金融危机的。有几个特征：第一、我们业务的总体收入在持续增长；第二、公司在持续地盈利发展；第三、我们易才在持续盈利发展的情况下，即使在金融危机背景下，在今年投入比去年增加。[李浩]比如我们人员扩招，一般的企业都是裁员，但我们在招人，我们不仅在招人，而且花更多的钱在人才的培

养发展上。所以我们把钱花到如何去提高服务质量、提升客户满意度上，这是我们在金融危机上的客观表现。[李浩]另外很重要的原因是不断创新，金融危机来了之后很多客户更关注成本，用不了这么多人，但是事情还得做，可能原来用12人，现在用6人，这就是租赁业务。我们的租赁业务中有新的业务起来可以新有关新的增长点，并不是外包行业一下子起来了，而是有你的竞争力，你的创新才能抓住客户。[财视网]易才的服务对象我们谈到的都是大型企业，易才能为中小企业提供哪些服务？[李浩]在我们总人数里面是大客户为主，在客户数里面是中小企业为主。中小客户显而易见，比如我是50人的公司，50人的公司也得做它的用人管理。比如你是不是享受福利保障，要交保险，是不是签订劳动合同，是不是有一定的招聘服务？如果你招一个HR，一般来说总得要一两个HR去做这个事，你每年的成本不下10万元。如果外包给我们做，按照我们来说你就几万元搞定。[李浩]劳动合同、社保、用工关系、福利我们都帮助你们做，你会觉得省钱。我们平台大，平均的成本比你低。中小客户外包需求更明显，它招一个HR一年就得这么多钱，但你外包做不担心其他的事。而且为了支持中小企业发展成长，我们还做了类似于创业培训基地，我们还给中小企业提供更多的增值服务，如何帮助它层长，我们的客户面很大，有不同的成长轨迹。[财视网]有一个数据是欧洲60%—70%企业是人力资源外包服务，而国内的情况不可能达到这个水平，现在这么多企业不采取人力资源外包的原因在哪里？[李浩]觉得首先是中国整个经济发展的水平和状态。只有经济发展到一定程度，社会经济化分工越来越细，外包的需求才会越来越明显，比如很多企业现在没有达到规范化的经营管理，包括对相关的法律法规各方面不了解，我相信中国经济会快速发展很多年，外包的概念会越来越深入人心。[李浩]第二是确实对外包的价值如何让更多的企业认识到。我觉得也是大家一个接受程度的过程，我们也不断做这些事情。其次是中国的外包本身如何能够找到自己真正的定位和核心价值所在，为客户提供实实在在他们需要的服务，才会有越来越多的人接受你。[财视网]前两年的时候，在东南一带很多企业出现了用工荒。如何解读这一现象？[李浩]特别是珠三角、长三角这些地方。大概在两年前就开始讨论这个问题，两年前没有金融危机的时候在谈，其实那时候说用工是中国的拐点，以前是很多人愿意出去，人总是供大于求的，到了这个拐点之后发现有供不应求的情况，出现用工荒。从我们看，现在明显的一个是珠三角、一个是长三角，还有一个是内陆地区，比如说西部的一些内陆地区。[李浩]我觉得一个很重要的原因就是确确实实现在人的整体生活水平、工资水平和以前不一样了，如果还是按照以前的一些标准给予的话，人家都有选择权利。中国劳动力人口也不会有这么大的供应，人口结构也在发生变化，在这种供需情况下肯定会找一个更合适的。这个是和整体的工资、福利水平有关系。比如说用工荒的时间长三角比珠三角好很多，因为珠三角十几年的薪资待遇没有太大的变化。[李浩]第二、现在包括国家的政策，开发的政策给内陆城市的发展提供了很多机会。比如我是安徽人，如果谁在安徽提供一个待遇不错、各方面都不错的机会，没有人愿意去得太远。在这里生活成本低。比如现在重庆这些地方的工资待遇不见得比其他的地方低，他肯定不愿意出去。[李浩]还有一个原因是现在产业结构升级，比如工厂制造也在升级，对人的要求也不一样，还是有相当一部分人技能不够，不是说人不够，是符合技能的人不够，怎么办？要转变就业结构，这样一来我们易才价值就体现，会根据市场环境发展、企业用工需求角度去定制化人才，可以培训，通过培训的人才推动他们的就业，达到更高的就业率。[李浩]最明显的是我们的杭州呼叫中心，我们呼叫中心的薪资水平很高，可能达到3000—6000元之间，这个是普通的就业。比如说大专毕业，职高毕业就可以。实际上都是一样的，只不过专业培训，满足阶段行业需求不一样，这个薪资待遇水平有很大的变化，所以如何根据整个经济形势的变化、产业结构的变化调整人才结构，我觉得这个是市场化的企业能够做的事情。[网友提问]李总您好，您在采访的时候说到农民工创业就地基地的问题，这个农民工基地在什么地方创建的？可能为农民工提供哪些服务？[李浩]因为我是安徽人。我们现在这个企业正好做的就是就业和福利保障，所以我们比较看重的是之前做大学生就业中心，现在做农民工主要是两个方面的职能定位。[李浩]一个是从

农业人口的输出产所作地，我们全国网点在发达地区，特别是长三角、珠三角、发达城市有各种各样用工需求信息，把这个信息放到劳动力密集的一线，在一线可以使资源优势配置，这些人招了之后还要分类培训，使他根据前端的客户需求做相关培训，这样他们就业的比例会更高，而且我相信他们的薪资结构水平也能提升。[李浩]第二是我们很多的农民还是在返乡做小的创业就业，比如说搞一个养殖什么的，需要一些创业类的培训，我们不仅提供小额创业培训，我们还提供配套的，比如说农民创业扶持资金，我们都有配套的可以进去。帮助他们更好地创业，我们目的就是使更多人更好就业，不管是到一线城市打工就业，还是自己在家乡创业就业，还是其他方式就业是我们积极倡导和支持的方向。[财视网]这个基地对我们企业而言，是不是对人力资源的源头扩大了？[李浩]你说得很对。我觉得这个项目既有战略也有实际操作意义。承担社会责任是我们企业的一直核心价值观，特别是帮助农民工更好、更多地就业也是当前经济形势下的整个社会问题。[李浩]第二是我们之所以自己去创办，和我们的业务比较相关。我们有越多的人，越多的合适经过培训的人，我们就会有越多的业务和发展，我们可以在源头把人有一个持续的维持，让他们就业，我们的业务会更大，这个是相互的。[网友提问]您好，易才有沒有人力资源管理的培训项目？比如说怎样提高员工执行力，怎样提高管理效益？[李浩]有的。是这样的，其实我们也是在分布阶段，我们易才是1500人，是以内部分层次的人员培养与发展为主，给企业客户提供专业的培养和服务，特别是人才管理，创新管理，现阶段是以人力资源管理培训为辅，再往后面走是并重的。[李浩]我们有一个平台是易才大学，我们会从高端的领导力到基层的素质培养，也到某些功能模块培养，比如非财务人员的财务管理，既有和商学院合作，也有企业的一线高官，也有人力资源专家讲，易才大学可以做成一个大家共享的平台，现阶段是服务内部为主，也为客户提供相关的咨询。[财视网]易才以后的发展规划是什么？[李浩]我们最早就是十五年。十五年要成为一个有初步规模的国际性公司，后来我们做完第一个五年一看，确实做得还不错，我们觉得十年就能完成这个目标。所以就成了十年规划。[李浩]第一个五年就是从零开始变成行业领先者。第二个五年是从行业领先者变成行业的领导者。领导者里面其中我们制定的有三个目标：第一个目标：占有的市场规模、整个企业的财务指标，比如说市场销售收入、利润成为绝对的行业第一；第二个是竞争力指标，你要进入全球一流企业的核心竞争水平，包括我们说的以易才大学为平台，有全球一流的视野和团队，以及经营管理水平。[李浩]所以我们现在陆陆续续引进了一些海归，有海外工作的，有知名大学的，也有世界500强企业的，包括我们自己很多很重要的岗位都是从一些很知名的500强企业引进的人才，比如GE这些企业过来。第三个目标是成为承担社会责任的行业标杆企业。[财视网]在此祝易才早日实现发展目标。[李浩]谢谢！谢谢大家的支持！[财视网]由于时间关系今天的访谈到此结束，常感谢李总百忙之中作客我们商界财视网，也感谢大家的参与！如果大家对易才有更多了解，欢迎到易才网站获得更多的信息。我们下期节目再见。方亦渐在听到罗修说“那几个混蛋”几个字时，脑袋里“嗡嗡”地拉起了警报——浑浑噩噩地，底下对方说了什么，根本没有进到耳朵里去。脑子里，不停地有人叫嚣：坏了！坏了！他还是知道了！知道了自己最难堪，最肮脏的一面。他费尽力气，饱受摧残，苦心想要掩盖的丑陋过去，仍是血淋淋地让人撕开了……他痛，痛得呼吸都绞断肝肠。“你……都知道了？……”方亦渐抖动着看不到血色的唇，眼光灰败，有气无力地出声。罗修见这般失魂落魄，犹为坚定了当日事情的残酷。虽是对着亦渐心中仍眷恋着爱意，但那种复杂到令人纠结的恨，也凭空增加了几分。“你以为，我永远不会知道吗？”罗修辛辣地反问，好似在嘲弄亦渐的自欺欺人，“你处心积虑地瞒了那么久，又能怎样？”他心中疼痛，紧迫盯人的目光也分外凌厉：“我想不明白的只有一点：你当时怎么能眼睁睁地在一边干看着？怎么，现场直播的晴—色表演有那么过瘾吗？让你都忘了最起码的人该有的良知？！他可是你的恋人啊……你不是，正爱着他吗？……”方亦渐乱成一锅粥的大脑才缓过神儿来，呆愣地看着罗修的嘴唇一张一合，说得义愤填膺；他慢慢开始，思考他说的每一句话。“你……你……在说什么？我怎么听不明白……”，罗修心

头的火，噌地一下子窜起了老高——心说，都到了这个份儿上，他也没打算为过去的事情再追究亦渐。这个人却依旧恬不知耻地装作一副懵懂无辜的模样，这是要闹哪样？真以为，凡事装傻充愣，就可以蒙混过关，心安理得吗？！“到了现在，你还要跟我装疯卖傻地扮可怜嘛？……”罗修，挂着轻蔑的笑，几许鄙夷的语气，这样冷眼看低的眼神，这样的言语轻慢；令亦渐由心底往外，感到冰冷入骨。罗修按捺住体内暴躁的情绪，深吸了一口气：“不管这是一件多么令人恶心的事情，已经发生了，成了过去式。我们没有必要，为了这个纷争下去。你曾经做错的事，也不会有机会弥补。我只想拜托你，偶尔反思一下自己的所作所为；即便不能改变什么，至少不能当做没事吧……”罗修，这是典型的属于替陈灿鸣不平；另外，便是自己汹涌于胸的澎湃正义感。可一席慷慨言辞，把个方亦渐说得似丈二和尚，如坠烟海。这，他妈的都是哪儿跟哪儿啊……，“罗修！”方亦渐低喝着，脸庞由于气愤和屈辱而涨得通红。不见了先前躲避闪烁的慌张，反是射出尖锐的光芒。“你到底要说什么？我没有听明白。我就算是有那些不堪的经历，受到责难的也应该是那些王八蛋，他们才是该死的施暴者。你，这个堂堂的大学者，饱学的心理专家，却在这儿指责我这个受害者？……你懂是非黑白吗？这，便是你心里认定的所谓正直和关怀的行为吗？……”，“呃？……”这回轮到罗修愕然了。哪怕是再愚笨的人，也听得出来：两个人说的是同一件事，但明显的主谓颠倒，受害者换了另一个人。罗修捕捉到了方亦渐的言外之意，敏锐地立起了探寻的眼睛：“大学时，不是有一个叫游尔的混蛋，虐待过灿吗？参与这件事情的，还有另外两个人。你，不正是全过程的目击者吗？……”仿似，心脏遭遇了想象不到的猛烈击打——泥沙俱下，冲击得大脑一时间支离破碎……方亦渐几乎不能相信，自己耳朵所听到的。一瞬间，纷繁的情绪：包括悲愤、羞惭、惊愕和伤心，交杂在一起；如洪水猛兽，快要将自己吞噬。方亦渐魂不守舍地望着罗修——那个一向在他的认知里，聪明智慧的男人，其实也是那个最不懂他的人吧。“这些是灿对你讲的？”方亦渐不可置信的眼里，极痛，极怒之下，似要逼出泪来。“是的。灿，亲口对我讲的。还给我看了那个畜牲留在他手臂上的疤……”罗修说到这个，简直不忍回忆起灿这些伤痕所代表的那些非人的经历。他话音落地，触碰到亦渐的视线时：赫然发现，那里面一片悲凉，凄哀之色。“怎么了？事情不是这样的吗？”质疑似的多问了一句。亦渐挥手拢了拢额前的短发，嗤笑了一声，有点欲哭无泪的心酸。“我没有想到，有朝一日，这种不光彩的遭遇，也能让人移花接木，当作巧取豪夺的资本。可笑，太可笑了。”罗修，身上不由一阵轻颤——努力维持着镇定。亦渐这话的意思，分明是在说当年的受害者不是灿，恰恰是他本人。怎么可能？剧情的反转也太快了吧，快得他来不及思考，来不及判断。他冷峻地注视着对面的人：眼光凛凛，自带着掠夺，不怒而威的气场。好像，他面对的是一个正在接受盘问的罪犯。“你，什么意思？”罗修低哑的嗓音，配上一双深邃的眸子，浑身散发着不知名的危险气息：“你不是想告诉我，灿在说谎吧？当年被虐待的人，不是他，而是你？……”方亦渐翘着嘴角，不甘示弱地回看着他：“我说是，你会相信我吗？”这，分明是反将一军：“我不是怕事，我只是要脸，觉得这事儿太他妈丑恶了。我小心翼翼地藏着，掖着，不敢让你知道，怕你会在心里瞧不起我……了解当年事情真相的人，除了我和灿，那几个畜牲已经死了。我不想争辩什么，也没有那个必要了，终归是天理循环，他们得到了报应。但是，我还是得告诉你一件不争的事实：我才是那个被虐待过的人。如果，当时不是我自甘下贱的任人糟蹋，灿也未必能躲过那一劫……”亦渐说到此处，抬眼瞅着那个一言不发，定定地望住自己的男人，自嘲地笑了……好像，痛苦到了极致，反显得一切质疑与嘲笑变得无足轻重；只剩下淡淡尘烟，飘飘散尽。早有心理准备，他是不信他的。“怎么，你不相信吧？”亦渐凄然地问道，既而莞尔：“哼……我早猜到了。不过，也没关系了……”接着，他缓缓拉高了衣袖，露出半截泛着蜜色光泽的手臂——翻过手掌，直伸到罗修的眼前，面无表情。“就是在这个左手臂上，那个家伙留下了一条条割开的伤口……血流了很多，但不致命。他像吸血鬼一样的蹂躏着我的身体，从中体验那种魔鬼般的快---感。我差点以为，我会死过去……”罗修随着亦渐的指引，一路注意到左手臂的内侧，到

手腕处有几条隐隐约约的泛白的印子。尘封多年的伤口，早已愈合完整。留下较别处更为光滑的亮泽，更为柔嫩的皮肤触感。抚摸到那曾是伤疤遍布的皮肤，心上除了满腹的狐疑和不确定；还有别样的酸楚和痛惜。“灿，没有理由骗我……他图什么？还要拿这么说不出口的事情来说谎。这没有道理……”罗修，敛起眼中繁复的心情，挣扎地说道。“我也没有必要撒谎。”方亦渐很直接地给予回应：“本来，我就没打算对任何人说这件事。”“是啊……可是……”，“可是，你更愿意相信灿。”方亦渐苦笑着，一语中的。“我一生做过的傻事够多的了，做过的错事也不少。不想在纠葛在过去了。你走吧，回去吧……真话，假话，又怎样？！谁的伤，谁担着；谁的痛，谁忍着。反正，该死的死了，该活的好好活着。”罗修平生头一回，有点理亏词穷的心虚感。如果说他是不相信，不如说他是不愿意相信，陈灿会编这么个弥天大谎来骗他。然而，每一个细节，又都论证着亦渐并没有说瞎话的必要。那么，问题来了：当年受害的只有一人，那个真正的受害人究竟是谁？是方亦渐？还是陈灿呢？到底是陈灿受辱，方亦渐一旁麻木不仁？还是方亦渐为了保护陈灿，自己被迫遭人欺凌呢？……大概是缘于亦渐以前，有过自私利己负于陈灿的前科；罗修的天平总是不自觉地偏向陈灿。会不会正是基于这样的心理，偏巧遮住了他明辨是非的双目呢？罗修在心里，默默自问着。方亦渐满目怆然，脸上仍是柔柔的浅笑。不过，无论从哪个角度来看，这动人的笑容里，皆蕴藏着尘世沧桑的黯然；还有海棠夜雨般的哀惋……“我这里一会儿会很忙，不送了……”方亦渐面上淡淡的，煞有礼貌：“欢迎你下次光临。”罗修被满肚子的疑问，堵了个严严实实；又对上亦渐冷淡，客气的表情，别提有多难受了。可他也明白，他再怎么难受，也难受不过方亦渐的。旧事不说真实与否，重提皆会使人受伤。罗修无言以对，只好含笑点点头。心存疑窦与感伤，匆匆离开。好面誉人者，亦好背而毁之。罗修今天会去那个商场，原本是因为践赴病人的预约后的偶然。没想到会巧遇方亦渐，说了半天的话；也就较平时回家稍晚了一些。当他踏入家门时，陈灿已从厨房探出身来，喜笑盈盈地在准备晚餐了。罗修换了拖鞋，走进厨房——陈灿，穿着围裙，浑身洋溢着新妇入厨下的风情，做得井井有条；他，倒是有点插不上手了。也许是心有疑云，罗修在被温馨的氛围感染的间隙，总是不由自主地用眼角的余光扫描着灿的左手臂，旧伤患处。好像是，要从这紧实白皙的皮肉里，瞅出一星半点儿地端倪也好。陈灿，专心致志地忙碌着饭菜，无暇它顾。罗修每每随着眼光的追寻，而时时陷入失神的状态。终于，到了吃饭时，他那副显然的心不在焉的神态还是引起了灿的注意。“修，你今天怎么老是看着我发呆？是有什么话，要对我说吗？”这是一篇由互联网装X词汇大全打头的文章，只仅仅交流“牛轰标题的14种方法、1个内容编辑的基本底线、社区早期内容预运营的4步骤、8招hold住内容方向的产品运营、3个内容运营的进化方向”，如果你觉得有价值，请继续往下看，同时欢迎转发。互联网一个超出教科书立足于实践的特立独行行业，在很多时候尝试寻找一些问题的标准答案时，会不出意外的以失败告终，当如何做好早期社区内容运营大概分析下它特立独行原因：1、互联网太新，整个行业发展二十年左右时间，从PC门户到搜索再到移动互联网，即使是行业巨头BAT中岁数最大的腾讯也只不过成立17周年。2、模式太多，随着互联网对生活的渗透与技术的迭代，早先我们日常开玩笑的谈资如今都被整出了估计上亿的商业模式，比如上门刷马桶家政O2O服务。3、市场竞争，“火药味”弥漫整个市场，机会只给快速奔跑的选手，再加上这是一个瞎比比不会被嘲笑的地方，故而在各种各样的营销案例支撑下也产生了稀奇古怪的叫法与玩法，京东618，天猫双十一、乐视919、微信支付日等，刮起了一阵一阵的造节风。在这个炮火连天且不装会死的年代，自己有幸是混迹在互联网的运营，同样妄想着能够找到互联网的“某个标准答案”来装个X。从这些帮助我们满嘴跑火车的词汇开始，或许能够找到互联网或者运营一些煽情点火的共性。名词,共享经济、大数据、云计算、物联网、入口、本地化、新生态、平台、开放平台、生态、生态体系、粉丝经济、社群、参与感、IP营销、垂直、用户体验、用户需求、闭环、3.0、策略、场景、寒冬,动词,革新、打造、解读、连接、聚焦、颠覆、整合、提升、规划、搭建、打通、梳理、提纯、拓展、挖掘、快速迭代、组织、呈现、用户粘性,电子商务



,B2B、B2C、C2C、C2F、B2G、P2C、B2S、O2O,广告形式,SEM、SEO、EDM、Adword、Banner、Button、PR推广、DSP、POP,推广模式,CPS、CPA、CPM、CPC、CPR、CPP,点击转化,UV、PV、IP、PR值、Click、ROI、客单价、单月盈利,用上互联网词汇,势必要语出惊人是互联网的另一个特色,比如内容运营的这个端着的定义:内容运营是指通过创造、编辑、组织、呈现网站内容,从而提高互联网产品的内容价值,制造出对用户的黏着、活跃产生一定的促进作用的运营。我想围绕今天内容运营话题讲:内容运营具体指的是什么,它到底是一份怎样的工作,我的社区运营史,如何从零开始成为一线产品内容运营。现在除了爸妈这一辈,大家每天都将大把时间花在了浏览网页与把玩app。本想碎片化利用时间,生活却不知不觉的在浏览互联网中被内容碎片化。当我们打开一个电商网站,我们看到了琳琅满目的商品列表,列表中的每个商品有图片、有名称、有价格,甚至还有折扣信息,当我们再点击一下商品,有各种各样商品的文案,有各种各样成功购买用户的评价、打分、晒单、讨论;当我们打开新浪门户,我们看到了各种形式的新闻,比如文字、图片,它们为我们开拓了视野;而当我们浏览企业的官网、政府的门户,则可以看到各种新闻、法规、政策,企业产品、政府职能的描述;我们来到百度搜索,搜索了一个关键词,可以得到上百万个结果,每个结果除了标题,还有被搜索词的标红,有链接地址,有icon描述;最后我们去贴吧,这儿有各种主题的吧,有生活、有文学、有游戏,有动漫,在吧里面还有数不清的装X卖萌的贴子……,不管电商、门户、企业、政府、搜索引擎、贴吧还是bbs,都是通过内容为用户提供服务。他们的区别只是,内容类型不一样,视角设计不一样,带给受众的感知不一样,可以参与和互动的方法不一样。因此,只要是互联网产品一定是有内容进行填充的,都需要内容的运营,只是不同的互联网产品,内容运营的侧重不同。为直观的让大家感受到内容运营岗,我到互联网垂直招聘网站截取了一些互联网公司的内容运营岗位JD,相信它们能够针对性的反映出各个产品方向内容运营工作。棒呆-移动互联网在线教育方向,肿么它的内容运营看着有点像销售助理咧?悟空找房-O2O大方向下的租房,告诉我这不就是市场助理吗?内容运营运营推广产品运营,55海淘-跨境电商方向,终于找到了个货真价实的电商内容运营了。内容运营运营推广产品运营,Mo9先玩后付-消费金融方向,这是在找新媒体编辑吧!内容运营岗工作五花八门,其他产品就不继续一一列举。总体就是扫一眼招聘网站,感觉高大上的内容运营已被掰弯。梳理内容运营从业者价值,说说我所理解的社区内容运营应该包含哪些工作:内容的采集与创作、内容的管理与呈现、内容的传导与扩散、内容的定位评估。既然有这么多工作,做为零基础的从业者,或者是一家创业公司、企业孵化的内部项目,该如何做好内容运营?作为毕业一年的伪“职场新人”,有幸在两款至少在现阶段来说还比较成功的社区做早期的内容工作。2年前作为年龄最小成员,加入了小红书早期创业核心团队,是社区运营与推广工人。公司在6个月以后以非常低的成本获取到10万用户,并成功拿到金沙江创投真格基金追投的几百万美元的A轮融资。可能是受老罗“彪悍的人生不需要解释”的蛊惑,再加上大学时埋下的百度“情结”,一路向北到帝都百度贴吧从事内容运营工作。期间做过贴吧内容挖掘与品牌建设,也有幸参与了贴吧“新玩法”项目,其中贴吧客户端看贴功能的DAU,从0持续增长至400万,有效达成提升贴吧客户端新用户留存目的。把自己在社区参与到的内容运营过程分成三个不同阶段,从零开始成为社区的内容运营。早期内容编辑做好一件事情!做早期社区产品的内容编辑,将产生内容作为重点工作,对产品本身关注并不多,只需要对自己的编辑的内容负责,包括发什么内容,内容什么时候发,以及内容的数量、UV、互动量等。上面金融方向“Mo9先玩后付”公司招的新媒体编辑,他只需要对写出来的文案是否流畅负责。想要100%完成社区在这一阶段工作的要求,需做好这两件事,一件是寻找社区的内容调性,第二件是起好内容的标题、描述、图片。关于文章的调性的寻找上,可以对已经发出去的内容进行数据分析,分析的维度可包含但不限于阅读量、点赞量、评论量、热区点击量等。分析只是手段,提升早期内容运营效率才是目的,需要能够根据数据分析结果做出社区内容更新结构的调整。比如早期我在做看贴内容编辑期间,通过文章点赞的数据处理,分析发

现贴吧用户热衷于为娱乐类文章的点赞，其次是贴吧特有的玩法直播，以及生活技巧类。根据这样的结果，把内容更新策略调整为在保持原有的直播、生活技巧、段子类的文章更新数量基础上，增强对八卦类、科学历史类文章的内容供给。内容运营运营推广产品运营，社区的内容调性大方向对了，加上小伙伴们吃苦耐劳的运营品质，基本上内容编辑工作效果也不会差。作为严格要求自己的合规编辑，为提升编辑能力还可以在内容的标题与描述、配图上下功夫。标题（权重最高）配图（权重次之）描述=表达出文章核心内容，这是对内容编辑要求的底线。在第一个阶段的内容编辑的最后，重点说下内容的标题技巧，这些方法能够帮助你在做社区编辑时为文章起一个合格的标题。

1.如何体，是有用性的最基本模式，文章的价值几何，如何体和即得收益相结合，挠到受众痛点。标题形式可以模仿《技术型营销人必看：Airbnb早期是如何用GrowthHack获得更多用户的？》、《现代营销人进阶之路：如何从零开始成为营销技术专家（MarketingTechnologist）》、《如何发邮件请求帮助，并获得超高回复率？》。一目了然全文阐述了个什么问题，读者从标题就会判断，是不是自己想要的內容？

2.合集型，6种方法、5个建议、4个趋势。合集的好处，往往在于它的归纳总结性强，1篇抵单独看5篇。数字的堆积也给人冲击感和饱腹感。这种合集型文章读起来也比较轻松，因为文章被拆分了，有时看二级标题就能get到点。像《Airbnb告诉你如何用鸡肋换鸡腿：三种分享型经济的典型案例》这种，就比单独介绍一个Airbnb更丰富。另外，盘点、榜单也是一种讨巧的方法，如《【盘点】重磅推荐！2014年度互联网最装逼词汇榜单》。

3.带负面词汇的标题，比如：4个常见错误、5件你应该避免的事。这些负面词汇往往让人警醒，想一探究竟，见不行而内自省，通过一些错误的案例来获得启示。《如果你的简历石沉大海，看看这8个秘籍》、《关于故宫博物院你所不知道的那些事儿》是不是比《8个简历制作秘籍》、《故宫博物馆的那些事儿》更让你眉头一皱，想点开文章来消除此时的负面情绪？

4.加一些修饰词，修饰词有2个作用：1) 让定义更明确、独特；2) 增加读者的情感强度。《最好最新的案例库都在这里了|HuntBySocialBeta》，说案例库，聪明的读者就知道这是怎么回事了。但我上哪儿不能看案例呢？用“最好最新”来说明这个案例库的特色，你才有一点心动吧。

5.带有急迫感，“你还没尝试过的”、“最新推出的”...人人都有探索精神，兼具反击验证的心理缺口。会立马想验证下我到底尝试过没有，最新推出的东西我知道了吗。而且，让标题充满急迫感，也是召唤行动的一种表示。《【案例】这么有趣的航空安全须知视频，你看过吗？》，你会不会想赶快去验证下，这个视频自己看过吗？真的有趣吗？如果还不知道怎么用，教你一个万能模式：动词所得利益。像姜茶茶有篇文章标题《学会这些英文单词，你就可以在广告圈混了！》。

6.赋予珍贵资源被读者独家抢占到的感觉，“FaceBook内部员工工作指南”、“Google程序员薪资探秘”。看到这样的标题，读者觉得你给的信息，他能得到，别人得不到。而且，获取这个独有的信息后，读者会更愿意作为传播源，向别人散布知识（不得不承认：好为人师是本性...）。李靖有一篇影响甚大的文《【李叫兽】如何写微信公众号文章：文章流畅耐读的奥秘》，如何写微信公众号文章已经够吸引社会化营销人们了，再加上文章流畅耐读的利益引诱和奥秘展现，你是否更想点开探秘，然后分享给朋友们？

7.解释性标题，《学生团队如何取得35W销售额：专访南京大学欧莱雅义卖团队Mr.Miss》，专访、欧莱雅的关键词赋予了文章独特性，也向读者传递价值和探秘感。再加上数字和如何体来补充事实和知识性说明。

8.善用双关语和俏皮话，增加趣味性，双关语网络热词是种很好的搭配，他们互相弥补新颖创意与过度流行间的不平衡。像《当遭遇“蠢蠢的死法”，连最悲催的“领便当”也变得萌萌哒》这种，虽然很隐喻，但巧妙趣味足以让人消除消耗脑力的不快。

9.传递能简单习得和立马速成的感觉，人人都很忙的，不一定有时间和意愿去复杂钻研。《一篇文章读懂营销本质变迁从广告到SDi》、《7步教你玩转LOGO设计》，你会不会信心满满，读这篇文章就立马get成就？

10.福利帖，标题表明，读这篇文章有福利。2种方式，一种是直接打上福利的标签，如《2014年度礼物榜单—献给不会送礼物星人的福利帖!!!》、《【招聘福利】高端职位专场：新媒体和营销类职位》。还有一种是隐喻，使用“指南”、“面面观”、



“入门读物”，这些词，可以这样组合用《【指南】关于视觉营销利器Cinemagraph，营销人应该知道的概念、案例和最佳实践》、《春节充电：36篇社交媒体和数字营销人荐读文章（职场篇）》。

,11.代入本地化和渠道特性,试想一下《庆丰小吃是如何做电商的》，杭州人会有共鸣去一探究竟，但放到大口吃肉的新疆或没听过庆丰小吃的国外，还会有人关注吗？知名地标或者有特色的地点也能带动更大地区的狂欢，《三里屯从此多了一家价格很奇葩的酸奶公司》这样的标题吸引到的可不止是三里屯的人。 ,12.借热点东风,网上看到一名新媒体营销从业者徐妍说“我们之所以追热点，是为了有一天，可以不追热点。”流行是一时的，我们可以借热点的东风来造势，但你原本的内容才是本质。 ,同样，标题也可以借热点来取，我之前看到一个招聘广告，就用了《世界那么大，你哪都别去了，时趣，要你》，配上创意招聘图文，获得了大量有意思的互联网重度用户的求职。 ,13.标题打擦边球,这种标题在一些草根营销号出现的最多，有时候为了阅读量也会稍微的用一些，比如《饥渴了？我下面给你吃》《出差回到家，发现老婆跟隔壁老王居然...》，内容运营是一个不断自我学习并实践成长的修行，当你不满足于只做好内容的编辑这件事时，会开始尝试寻找更具明确方向的内容工作，这也就进入了下一阶段-内容运营。 ,早期内容运营做好一个方向的事！,一个只会内容编辑的运营，对好的社区产品来说是远远不够的。投资人与用户的care的是这款产品是否提供了海量内容，质量是否满足了他们的内容消费需求，他们可不在乎内容是由几个编辑进行PGC还是用户的UGC支撑。 ,第二阶段所说的一个方向的是，根据不同的产品阶段，除了为社区提供足够的内容供给外，同时还得管理好所有与内容相关事情，小到内容更新策略，大到内容专题活动策划，也就是做好下图的整个内容供应链。 ,聊聊社区早期阶段在核心内容板块的初始化运营，以及如何为产品上线前提供充足的内容供给。 ,什么是内容初始化运营,就是在构建好的内容框架下，在用户进入之前，去填充一些内容，这些内容是初期网站或者产品的核心部分，并且代表着网站与产品的价值观。 ,对于这样定义下的内容初始化，我们发现其中有几个依赖项需要在内容初始化前解决,对于这样定义下的内容初始化，有以下几个需要在内容初始化前明确的问题：,1) 确定内容面对的初始用户群，越细分越好。可以具体到类似“准备在圣诞节去香港购物的都市女性”的用户画像。 ,2) 想清楚第一阶段用内容解决用户什么问题，并进行内容准备，用这些内容做种子用户留存。 ,3) 关键路径引导与初始内容准备的用户参与。 需要有新用户进入后的启动页引导文案，有每一个步骤的引导浮层。 让进入的用户大致知道这个社区是什么样的社区，知道如何参与到内容贡献。对于社区型网站或者产品，可以是自己作为用户或者定向邀请一些种子用户开始做的内容填充。 ,4) 确立好内容供应链的架构。 即通过系统去解决内容从哪里来、到哪里去的流程问题，想清楚用户进入社区后应该看到哪些内容，他贡献的内容应该被分到哪一目录。 ,如何有效的做内容初始化,在产品未通过稳定性测试与上架商店前，常规的推广方式（包括百度SEO、新浪粉丝通、广点通、互推）是行不通的，这时可以通过以下方式来获取最早期的用户，通过他们来产生产品上线前的核心内容。 ,内容运营运营推广产品运营,最笨的方法，在早期也是最有效的产生内容的办法，别想社区一开始就实现UGC。 ,1.社区编辑。在产品非常早期阶段社区编辑主要有两方面的工作，一方面编辑内容，另外一方面是到各个社区去私信或发帖邀请达人来编辑内容。 ,例如，乔布简历早期的简历是需要编辑自己去做或者是去网站上copy的（最怕有节操的编辑，完全不想copy）。另外也需要编辑到豆瓣、人人、新浪微博找到相关的简历达人来做社区的最核心的早期用户。这个阶段的编辑考核工作除了简历数量外，还有邀请用户数量。 ,2.创始人。产品的创始人既然敢做这款产品，也必然会在这款产品所服务的领域会有过人之处，至少会有一定的内容积累。创始人在产品上线前不仅要为公司的融资或者技术操碎心，更要为内容的预运营提供足够多的支持，最好的支持力度是到自己编辑亲自监督亲自邀请。 ,3.创业团队。团队早期成员邀请自己的朋友来社区玩，一是能够让他们为社区产生内容，二也方便让朋友知道自己创业是做什么。如果我们做的这款产品，身边没超过10个朋友对它感兴趣的话，要么是产品市场有问题，要么是我们不适合做这款产品。（建议，可以策划团队邀请比赛

，邀请多的有奖励，邀请少的惩罚高歌一曲。），4.真实用户。早期可以通过利益驱动用户来社区贡献内容。乔布简历，如果发出这样的一条信息：“凡是在乔布简历成功发布（排开重复传、不合格的简历）一份简历奖励5元，每周选出5名用户贡献值最大的用户获取1000元奖励。”有多少大学生会疯狂的到网上去COPY简历传到乔布那！，有效的运营策略都是建立对产品的目标用户足够的了解基础上，5元的金钱奖励对大学生来说足够吸引人，对社会白领来说就能是呵呵。如何让创始内容产生最大化价值，如果不能很好的对未上线的产品进行内容分类与编辑，不是产品定位模糊不清，就是这块产品从本质里就没市场。可通过不同的呈现规则营造出内容丰富的社区氛围，做到内容四两拨千斤。做好社区的内容分类规划，是对社区内容进行预运营的核心技巧。在产品初期数据有限，不宜对内容过细的划分，做到用100%的努力产生20%的核心内容让80%的用户觉得有用。比如一款提供组合类团购的产品，在进行团购商品信息预运营时，应该优先选择电影、KTV、美食的团购信息，并且这些信息主要以武汉、上海、北京这些城市为主。第二阶段的内容运营，都是通过一个方向的内容运营，来支持产品的某一个目标。除了可以做内容的初始化外，还可以做内容时效性、内容贡献用户管理、内容审核管理等。内容的初始化是支持产品上线目标，内容时效性是为产品带来有节点的流量高峰。内容方向的产品运营，经过第一、二阶段的升级打怪，在做到能够hold住一个内容方向后，可以开始尝试做内容方向的产品运营，类似做贴吧客户端看贴功能的运营。这个阶段的要求是用“面”的运营思维，同时管理起多个方向的内容运营，以内容作为连接产品和用户（或用户行为）的桥梁，把产品的核心指标为运营目标（如DAU或交易额）。内容方向的产品运营绝不只是发几个贴子就OK的，而是包含了很多新的可具体描述的能力要求。内容运营运营推广产品运营

- 1、拆解目标。把一个产品扔给你，告知项目背景跟要求，你得通过自己的内容运营思维出方案。你的内容运营工作占产品整体目标的份额是多少，为实现这个目标能做哪几方面的事，做事的路径是什么，需要哪些部门支持，衡量这些事是否做好的指标是什么？
- 2、内容定位。通过产品定位确定用户定位，通过用户喜好确定内容定位。除了可以自己阅读量与互动量分析外，还可以与公司用户体验部合作进行内容调研。此外，根据定位确认产品的内容更新机制是否已经确认，是自动更新，还是人工更新，有无更新机制和审核发布机制？
- 3、内容规范化。UGC类产品的内容是用户创造的，但需要通过管理和展现优质的内容去规范，从而形成内容的闭环。这方面工作可以参考知乎或者百度百科，做用户引导与积分奖惩场景搭建。知乎提供了一个“知乎指南”作为新人引导，以便新人快速了解社区、学习操作和掌握粗略的社区内容标准。百科把新手引导做成了跟游戏一样的小任务，通过视频与文字的形式对新人引导。
- 4、专题策划。这个就不多说了，传统意义上的内容编辑和策划。未雨绸缪的做好专题工具建设，包括专题内容模板工具（如果没技术排期，推荐百度轻应用）以及投票/PK/音频等互动工具。
- 5、内容呈现。产品需要按照某个逻辑去展现内容，如最新or最热。运营需要给出更多有特色的内容呈现玩法，如互动最多、被赞最多、tag等。
- 6、发版策划。这是个最容易被忽略的一个环节，没有接触过推广的内容运营可能只做了最基本的站内宣传。正确的发版策划应该包含“应用商店的合作，SEO，ASO的计划和实施以及行业公关文”。
- 7、推荐体系。周期性甄选出高内容质量，通过各种方式将这些内容呈现给用户。呈现的方法，无非是用户主动的发现，与运营人员对用户主动的进行推送与引导。推送或者说消息、通知，是很多运营人员都会去做的事情，如果我们去划分通知或者推送的渠道，可能会包含但不限于以下类型：
- 8、数据分析。数据是相当重要的，如果运营的是一个纯内容阅读的功能，对创业者来说你要用数据证明你的模式进而拿到融资；对企业孵化项目则要证明的是这个功能对核心KPI的价值，也就是你所做的这些内容存在的必要。数据分析工作包括发版前做数据部署，对关键路径的埋点，后续运营持续的关注和分析数据。根据分析结果管理内容包括数量、更新节奏以及产品功能优化。

说下内容运营的三个高阶进化方向，坚定下小伙伴对内容运营的认可，进行转化为对它的向往，拼命做高阶内容运营。如果能够在在一个社区，做完上面说的三个阶段的内容运营

，你会get到其他方向的运营甚至是产品经理都不具备的超炫酷技能——成为公司对社区内容情况最了如指掌，以及能够第一时间发现每天发生了哪些有趣的事情的人。比如在贴吧完成了这3个阶段的运营，你会最新发现哪个吧跟哪个吧吵架了，谁做了一件刷新三观的直播故事，目前又有什么新的娱乐八卦了，或者他们又在聊什么跟产品有关的话题了？也许你会觉得这个技能不够拉轰，但是如果它能利用它完成以下这些事，也足够帮你建立社区内容运营能力壁垒。因为这些是没了内容运营就不太好做成的大事。

- 1、内容栏目品牌化,把每日或每周都有的常规内容做成品牌栏目，如贴吧看贴的热狗说、好奇日报、人民吐槽日报等。通过内容可以提升用户对产品品牌的认知，稳定用户浏览内容的时间预期。重点说一下我最喜欢的栏目“网易轻松一刻”，日均PV不清楚，但身边在用网易新闻客户端的同事都说「每天打开网易新闻客户端就是看看每日轻松一刻，再顺便看看别的」，这个栏目从以前的每天一期变成了现在的早晚报形式，并且还有各种方言的语音播报版，可见人气是很足的。轻松一刻是新媒体中心专门为网易新闻客户端所打造的栏目，在胖编的管理下收集段子，图文并茂地汇编出来，其优点在于：1) 出品时间正好是上下班时间，比较适合缓存了之后在上下班路上阅读；2) 文字短，不会给人带来阅读负担；3) 诙谐有趣，针砭时弊，能从这个栏目快速轻松地了解到当天的热门话题；当内容栏目的品牌到一定程度，也就是用户积累与文章供给量大后，可以尝试进行品牌产品化，比如现在的豆瓣一刻与知乎日报、果壳精选。
- 2、优质内容输出,作为内容运营除了站内的用户活跃外，还可将的优质内容输出至站外，这样做对产品流量和内容品牌都是有好处的。在品牌层面的输出，类似知乎周刊、知乎「盐」、百度知道大数据，以话题为单位的内容聚合，制作成电子书或者出版为纸质书。还可以是商务合作式的栏目输出，为产品拉新做促进。比如入驻Zaker、今日头条、网易新闻，手机百度、UC浏览器。当然，资源足够强的内容足够优质的话，也可以输出到电视媒体或者报纸杂志，以及预装在其他的智能硬件上。
- 3、内容商业化,除了做内容植入广告的常规变现手段外，可以尝试IP营销，做内容人物形象周边，做栏目周边。还有的就是做付费阅读，前向收费跟后向收费可根据实际情况进行调整。最拉轰的是做B2C社区电商，从内容社区到电商社区转型，通过优质内容聚集大批用户，通过挖掘者批用户的商品需求后，为社区加入电商模块。在这个方向上的变现，已经有估值上亿的成功案例了，比如小红书，SMZDM。内容商业化对内容本身来说是件难事，我也没探索清楚这条路怎么走，大家可以多交流。产品不一样阶段不一样，手段也就不一样，再次申明仅供它参考！唯一一样的是作为内容运营时刻保持学习，对内容足够敏感。(原文/产品菜鸟汇VX整理编辑欢迎转发),这是一篇由互联网装X词汇大全打头的文章，只仅仅交流“牛轰标题的14种方法、1个内容编辑的基本底线、社区早期内容预运营的4步骤、8招hold住内容方向的产品运营、3个内容运营的进化方向”（小恐龙是朝哪个方向转？）互联网一个超出教科书立足于实践的特立独行行业，在很多时候尝试寻找一些问题的标准答案时，会不出意外的以失败告终，当然今天聊的“如何做好早期社区内容运营”就像这只小恐龙旋转的方向一样仅供参考。大概分析下它特立独行原因：1、互联网太新，整个行业发展二十年左右时间，从PC门户到搜索再到移动互联网，即使是行业巨头BAT中岁数最大的腾讯也只不过成立17周年。2、模式太多，随着互联网对生活的渗透与技术的迭代，早先我们日常开玩笑的谈资如今都被整出了估计上亿的商业模式，比如上门刷马桶家政O2O服务。3、市场竞争，“火药味”弥漫整个市场，机会只给快速奔跑的选手，再加上这是一个瞎比比不会被嘲笑的地方，故而在各种各样的营销案例支撑下也产生了稀奇古怪的叫法与玩法，京东618，天猫双十一、乐视919、微信支付日等，刮起了一阵一阵的造节风。在这个炮火连天且不装会死的年代，自己有幸是混迹在互联网的运营，同样妄想着能够找到互联网的“某个标准答案”来装个X。从这些帮助我们满嘴跑火车的词汇开始，或许能够找到互联网或者运营一些煽情点火的共性。名词共享经济、大数据、云计算、物联网、入口、本地化、新生态、平台、开放平台、生态、生态体系、粉丝经济、社群、参与感、IP营销、垂直、用户体验、用户需求、闭环、3.0、策略、场景、寒冬动词革新、打造、解读、连接、聚焦、颠覆、

整合、提升、规划、搭建、打通、梳理、提纯、拓展、挖掘、快速迭代、组织、呈现、用户粘性电子商务B2B、B2C、C2C、C2F、B2G、P2C、B2S、O2O广告形式SEM、SEO、EDM、Adword、Banner、Button、PR推广、DSP、POP推广模式CPS、CPA、CPM、CPC、CPR、CPP点击转化UV、PV、IP、PR值、Click、ROI、客单价、单月盈利用上互联网词汇，势必要语出惊人是互联网的另一个特色，比如内容运营的这个端着的定义：内容运营是指通过创造、编辑、组织、呈现网站内容，从而提高互联网产品的内容价值，制造出对用户的黏着、活跃产生一定的促进作用的运营。梳理内容运营从业者价值，说说我所理解的社区内容运营应该包含哪些工作：内容的采集与创作、内容的管理与呈现、内容的传导与扩散、内容的定位评估。既然有这么多工作，做为零基础的从业者，或者是一家创业公司、企业孵化的内部项目，该如何做好内容运营？作为毕业一年的伪“职场新人”，有幸在两款至少在现阶段来说还比较成功的社区做早期的内容工作。2年前作为年龄最小成员，加入了小红书早期创业核心团队，是社区运营与推广工人。公司在6个月后以非常低的成本获取到10万用户，并成功拿到金沙江领投真格基金追投的几百万美元的A轮融资。可能是受老罗“彪悍的人生不需要解释”的蛊惑，再加上大学时埋下的百度“情结”，一路向北到帝都百度贴吧从事内容运营工作。期间做过贴吧内容挖掘与品牌建设，也有幸参与了贴吧“新玩法”项目，其中贴吧客户端看贴功能的DAU，从0持续增长至400万，有效达成提升贴吧客户端新用户留存目的。把自己在这两个社区参与到的内容运营过程分成三个不同阶段，从零开始成为社区的内容运营。早期内容编辑做好一件事情！做早期社区产品的内容编辑，将产生内容作为重点工作，对产品本身关注并不多，只需要对自己的编辑的内容负责，包括发什么内容，内容什么时候发，以及内容的数量、UV、互动量等。上面金融方向“Mo9先玩后付”公司招的新媒体编辑，他只需要对写出来的文案是否流畅负责。想要100%完成社区在这一阶段工作的要求，需做好这2件事，一件是寻找社区的内容调性，第二件是起好内容的标题、描述、图片。关于文章的调性的寻找上，可以对已经发出去的内容进行数据分析，分析的维度可包含但不限于阅读量、点赞量、评论量、热区点击量等。分析只是手段，提升早期内容运营效率才是目的，需要能够根据数据分析结果做出社区内容更新结构的调整。比如早期我在做看贴内容编辑期间，通过文章点赞的数据处理，分析发现贴吧用户热衷于为娱乐类文章的点赞，其次是贴吧特有的玩法直播，以及生活技巧类。根据这样的结果，把内容更新策略调整为在保持原有的直播、生活技巧、段子类的文章更新数量基础上，增强对八卦类、科学历史类文章的内容供给。社区的内容调性大方向对了，加上小伙伴们吃苦耐劳的运营品质，基本上内容编辑工作效果也不会差。作为严格要求自己的合规编辑，为提升编辑能力还可以在内容的标题与描述、配图上下功夫。标题（权重最高）+配图（权重次之）+描述=表达出文章核心内容，这是对内容编辑要求的底线。在第一个阶段的内容编辑的最后，重点说下内容的标题技巧，这些方法能够帮助你在做社区编辑时为文章起一个合格的标题。1. 如何体是有用性的最基本模式，文章的价值几何，如何体和即得收益相结合，挠到受众痛点。标题形式可以模仿《技术型营销人必看：Airbnb早期是如何用GrowthHack获得更多用户的？》、《现代营销人进阶之路：如何从零开始成为营销技术专家（MarketingTechnologist）》、《如何发邮件请求帮助，并获得超高回复率？》。一目了然全文阐述了个什么问题，读者从标题就会判断，是不是自己想要的内容？2. 合集型6种方法、5个建议、4个趋势。合集的好处，往往在于它的归纳总结性强，1篇抵单独看5篇。数字的堆积也给人冲击感和饱腹感。这种合集型文章读起来也比较轻松，因为文章被拆分了，有时看二级标题就能get到点。像《Airbnb告诉你如何用鸡肋换鸡腿：三种分享型经济的典型案例》这种，就比单独介绍一个Airbnb更丰富。另外，盘点、榜单也是一种讨巧的方法，如《【盘点】重磅推荐！2014年度互联网最装逼词汇榜单》。3. 带负面词汇的标题比如：4个常见错误、5件你应该避免的事。这些负面词汇往往让人警醒，想一探究竟，见不行而内自省，通过一些错误的案例来获得启示。《如果你的简历石沉大海，看看这8个秘籍》、《关于故宫博物院你所不知道的那些事儿》是不是比《8个简历制作秘籍》、

《故宫博物馆的那些事儿》更让你眉头一皱，想点开文章来消除此时的负面情绪？4. 加一些修饰词  
修饰词有2个作用：,1) 让定义更明确、独特；,2) 增加读者的情感强度。《最好最新的案例库都在这里了|Hunt BySocialBeta》，说案例库，聪明的读者就知道这是怎么回事了。但我上哪儿不能看案例呢？用“最好最新”来说明这个案例库的特色，你才有一点心动吧。5. 带有急迫感“你还没尝试过的”、“最新推出的”...人人都有探索精神，兼具反击验证的心理缺口。会立马想验证下我到底尝试过没有，最新推出的东西我知道了吗。而且，让标题充满急迫感，也是召唤行动的一种表示。《【案例】这么有趣的航空安全须知视频，你看过吗？》，你会不会想赶快去验证下，这个视频自己看过吗？真的有趣吗？如果还不知道怎么用，教你一个万能模式：动词+所得利益。像姜茶茶有篇文章标题《学会这些英文单词，你就可以在广告圈混了！》。6. 赋予珍贵资源被读者独家抢占到的感觉“FaceBook内部员工工作指南”、“Google程序员薪资探秘”。看到这样的标题，读者觉得你给的信息，他能得到，别人得不到。而且，获取这个独有的信息后，读者会更愿意作为传播源，向别人散布知识（不得不承认：好为人师是本性...）。李靖有一篇影响甚大的文《【李叫兽】如何写微信公众号文章：文章流畅耐读的奥秘》，如何写微信公众号文章已经够吸引社会化营销人们了，再加上文章流畅耐读的利益引诱和奥秘展现，你是否更想点开探秘，然后分享给朋友们？7. 解释性标题《学生团队如何取得35W销售额：专访南京大学欧莱雅义卖团队Mr.Miss》，专访、欧莱雅的关键词赋予了文章独特性，也向读者传递价值和探秘感。再加上数字和如何体来补充事实和知识性说明。8. 善用双关语和俏皮话，增加趣味性双关语+网络热词是种很好的搭配，他们互相弥补新颖创意与过度流行间的不平衡。像《当&lt;权力的游戏&gt;遭遇“蠢蠢的死法”，连最悲催的“领便当”也变得萌萌哒》这种，虽然很隐喻，但巧妙趣味足以让人消除消耗脑力的不快。9. 传递能简单习得和立马速成的感觉人人都很忙的，不一定有时间和意愿去复杂钻研。《一篇文章读懂营销本质变迁从广告到SDi》、《7步教你玩转LOGO设计》，你会不会信心满满，读这篇文章就立马get成就？10. 福利帖标题表明，读这篇文章有福利。2种方式，一种是直接打上福利的标签，如《2014年度礼物榜单—献给不会送礼物星人的福利帖!!!》、《【招聘福利】高端职位专场：新媒体和营销类职位》。还有一种是隐喻，使用“指南”、“面面观”、“入门读物”，这些词，可以这样组合用《【指南】关于视觉营销利器Cinemagraph，营销人应该知道的概念、案例和最佳实践》、《春节充电：36篇社交媒体和数字营销人荐读文章（职场篇）》。11. 代入本地化和渠道特性试想一下《庆丰小吃是如何做电商的》，杭州人会有共鸣去一探究竟，但放到大口吃肉的新疆或没听过庆丰小吃的国外，还会有人关注吗？知名地标或者有特色的地点也能带动更大地区的狂欢，《三里屯从此多了一家价格很奇葩的酸奶公司》这样的标题吸引到的可不止是三里屯的人。12. 借热点东风网上看到一名新媒体营销从业者徐妍说“我们之所以追热点，是为了有一天，可以不追热点。”流行是一时的，我们可以借热点的东风来造势，但你原本的内容才是本质。同样，标题也可以借热点来取，我之前看到一个招聘广告，就用了《世界那么大，你哪都别去了，时趣，要你》，配上创意招聘图文，获得了大量有意思的互联网重度用户的求职。13. 标题打擦边球这种标题在一些草根营销号出现的最多，有时候为了阅读量也会稍微的用一些，比如《饥渴了？我下面给你吃》《出差回到家，发现老婆跟隔壁老王居然...》内容运营是一个不断自我学习并实践成长的修行，当你不满足于只做好内容的编辑这件事时，会开始尝试寻找更具明确方向的内容工作，这也就进入了下一阶段-内容运营。早期内容运营做好一个方向的事！一个只会内容编辑的运营，对好的社区产品来说是远远不够的。投资人与用户的care的是这款产品是否提供了海量内容，质量是否满足了他们的内容消费需求，他们可不在乎内容是由几个编辑进行PGC还是用户的UGC支撑。第二阶段所说的一个方向的是，根据不同的产品阶段，除了为社区提供足够的内容供给外，同时还得管理好所有与内容相关事情，小到内容更新策略，大到内容专题活动策划，也就是做好下图的整个内容供应链。因为经历了小红书早期的筹备工作，所以聊聊社区早期阶段在核心内容板块的初始化运营，以及如何为产品上线前提供



充足的内容供给。什么是内容初始化运营就是在构建好的内容框架下，在用户进入之前，去填充一些内容，这些内容是初期网站或者产品的核心部分，并且代表着网站与产品的价值观。对于这样定义下的内容初始化，我们发现其中有几个依赖项需要在内容初始化前解决：对于这样定义下的内容初始化，有以下几个需要在内容初始化前明确的问题：1) 确定内容面对的初始用户群，越细分越好。可以具体到类似“准备在圣诞节去香港购物的都市女性”的用户画像。2) 想清楚第一阶段用内容解决用户什么问题，并进行内容准备，用这些内容做种子用户留存。3) 关键路径引导与初始内容准备的用户参与。需要有新用户进入后的启动页引导文案，有每一个步骤的引导浮层。让进入的用户大致知道这个社区是什么样的社区，知道如何参与到内容贡献。对于社区型网站或者产品，可以自己作为用户或者定向邀请一些种子用户开始做的内容填充。4) 确立好内容供应链的架构。即通过系统去解决内容从哪里来、到哪里去的流程问题，想清楚用户进入社区后应该看到哪些内容，他贡献的内容应该被分到哪一目录。如何有效的做内容初始化在产品未通过稳定性测试与上架商店前，常规的推广方式（包括百度SEO、新浪粉丝通、广点通、互推）是行不通的，这时可以通过以下方式来获取最早期的用户，通过他们来产生产品上线前的核心内容。最笨的方法，在早期也是最有效的产生内容的办法，别想社区一开始就实现UGC。

1. 社区编辑。在产品非常早期阶段社区编辑主要有两方面的工作，一方面编辑内容，另外一方面是到各个社区去私信或发帖邀请达人来编辑内容。例如，乔布简历早期的简历是需要编辑自己去做或者是去网站上copy的（最怕有节操的编辑，完全不想copy）。另外也需要编辑到豆瓣、人人、新浪微博找到相关的简历达人来做社区的最核心的早期用户。这个阶段的编辑考核工作除了简历数量外，还有邀请用户数量。

2. 创始人。产品的创始人既然敢做这款产品，也必然会在这款产品所服务的领域会有过人之处，至少会有一些的内容积累。创始人在产品上线前不仅要为公司的融资或者技术操碎心，更要为内容的预运营提供足够多的支持，最好的支持力度是到自己编辑+亲自监督+亲自邀请。

3. 创业团队。团队早期成员邀请自己的朋友来社区玩，一是能够让他们为社区产生内容，二也方便让朋友知道自己创业是做什么。如果我们做的这款产品，身边没超过10个朋友对它感兴趣的话，要么是产品市场有问题，要么是我们不适合做这款产品。（建议，可以策划团队邀请比赛，邀请多的有奖励，邀请少的惩罚高歌一曲。

4. 真实用户。早期可以通过利益驱动用户来社区贡献内容。乔布简历，如果发出这样的一条信息：“凡是在乔布简历成功发布（排开重复传、不合格的简历）一份简历奖励5元，每周选出5名用户贡献值最大的用户获取1000元奖励。”有多少大学生会疯狂的到网上去COPY简历传到乔布那！有效的运营策略都是建立对产品的目标用户足够的了解基础上，5元的金钱奖励对大学生来说足够吸引人，对社会白领来说就能是呵呵。如何让初始内容产生最大化价值如果不能很好的对未上线的产品进行分类与编辑，不是产品定位模糊不清，就是这块产品从本质里就没市场。可通过不同的呈现规则营造出内容丰富的社区氛围，做到内容四两拨千斤。做好社区的内容分类规划，是对社区内容进行预运营的核心技巧。在产品初期数据有限，不宜对内容过细的划分，做到用100%的努力产生20%的核心内容让80%的用户觉得有用。比如一款提供组合类团购的产品，在进行团购商品信息预运营时，应该优先选择电影、KTV、美食的团购信息，并且这些信息主要以武汉、上海、北京这些城市为主。第二阶段的内容运营，都是通过一个方向的内容运营，来支持产品的某一个目标。除了可以做内容的初始化外，还可以做内容时效性、内容贡献用户管理、内容审核管理等。内容的初始化是支持产品上线目标，内容时效性是为产品带来有节点的流量高峰。内容方向的产品运营经过第一、二阶段的升级打怪，在做到能够hold住一个内容方向后，可以开始尝试做内容方向的产品运营，类似做贴吧客户端看贴功能的运营。这个阶段的要求是用“面”的运营思维，同时管理起多个方向的内容运营，以内容作为连接产品和用户（或用户行为）的桥梁，把产品的核心指标为运营目标（如DAU或交易额）。内容方向的产品运营绝不只是发几个贴子就OK的，而是包含了很多新的可具体描述的能力要求。

1. 拆解目标。把一个产品扔给你，告知项目背景跟要求，你得通过自己的内

容运营思维出方案。你的内容运营工作占产品整体目标的份额是多少，为实现这个目标能做哪几个方面的事，做事的路径是什么，需要哪些部门支持，衡量这些事是否做好的指标是什么？

- 2、内容定位。通过产品定位确定用户定位，通过用户喜好确定内容定位。除了可以自己做阅读量与互动量分析外，还可以与公司用户体验部合作进行内容调研。此外，根据定位确认产品的内容更新机制是否已经确认，是自动更新，还是人工更新，有无更新机制和审核发布机制？
- 3、内容规范化。UGC类产品的内容是用户创造的，但需要通过管理和展现优质的内容去规范，从而形成内容的闭环。这方面工作可以参考状知乎或者百度百科，做用户引导与积分奖惩场景搭建。知乎提供了一个“知乎指南”作为新人引导，以便新人快速了解社区、学习操作和掌握粗略的社区内容标准。百科把新手引导做成了跟游戏一样的小任务，通过视频与文字的形式对新人引导。
- 4、专题策划。这个就不多说了，传统意义上的内容编辑和策划。未雨绸缪的做好专题工具建设，包括专题内容模板工具（如果没有技术排期，推荐百度轻应用）以及投票/PK/音频等互动工具。
- 5、内容呈现。产品需要按照某个逻辑去展现内容，如最新or最热。运营需要给出更多有特色的内容呈现玩法，如互动最多、被赞最多、tag等。
- 6、发版策划。这是个最容易被忽略的一个环节，没有接触过推广的内容运营可能只做了最基本的站内宣传。正确的发版策划应该包含“应用商店的合作，SEO，ASO的计划和实施以及行业公关文”。
- 7、推荐体系。周期性甄选出高内容质量，通过各种方式将这些内容呈现给用户。呈现的方法，无非是用户主动的发现，与运营人员对用户主动的进行推送与引导。推送或者说消息、通知，是很多运营人员都会去做的事情，如果我们去划分通知或者推送的渠道，可能会包含但不限于以下类型：
- 8、数据分析。数据是相当重要的，如果运营的是一个纯内容阅读的功能，对创业者来说你要用数据证明你的模式进而拿到融资；对企业孵化项目则要证明的是这个功能对核心KPI的价值，也就是你所做的这些内容存在的必要。数据分析工作包括发版前做数据部署，对关键路径的埋点，后续运营持续的关注和分析数据。根据分析结果管理内容包括数量、更新节奏以及产品功能优化。

说下内容运营的三个高阶进化方向，坚定下小伙伴对内容运营的认可，进行转化为对它的向往，拼命做高阶内容运营。如果能够在在一个社区，做完上面说的三个阶段的内容运营，你会get到其他方向的运营甚至是产品经理都不具备的超炫酷技能——成为公司对社区内容情况最了如指掌，以及能够第一时间发现每天发生了哪些有趣的事情的人。比如在贴吧完成了这3个阶段的运营，你会最新发现哪个吧跟哪个吧吵架了，谁做了一件刷新三观的直播故事，目前又有什么新的娱乐八卦了，或者他们又在聊什么跟产品有关的话题了？也许你会觉得这个技能不够拉轰，但是如果利用它完成以下这些事，也足够帮你建立社区内容运营能力壁垒。因为这些是没了内容运营就不太好做成的大事。

- 1、内容栏目品牌化把每日或每周都有的常规内容做成品牌栏目，如贴吧看贴的热狗说、好奇日报、人民吐槽日报等。通过内容可以提升用户对产品品牌的认知，稳定用户浏览内容的时间预期。重点说一下我最喜欢的栏目“网易轻松一刻”，日均PV不清楚，但身边在用网易新闻客户端的同事都说「每天打开网易新闻客户端就是看看每日轻松一刻，再顺便看看别的」，这个栏目从以前的每天一期变成了现在的早晚报形式，并且还有各种方言的语音播报版，可见人气是很足的。轻松一刻是新媒体中心专门为网易新闻客户端所打造的栏目，在胖编的管理下收集段子，图文并茂地汇编出来，其优点在于：
  - 1) 出品时间正好是上下班时间，比较适合缓存了之后在上下班路上阅读；
  - 2) 文字短，不会给人带来阅读负担；
  - 3) 诙谐有趣，针砭时弊，能从这个栏目快速轻松地了解到当天的热门话题；当内容栏目的品牌到一定程度，也就是用户积累与文章供给量大后，可以尝试进行品牌产品化，比如现在的豆瓣一刻与知乎日报、果壳精选。
- 2、优质内容输出作为内容运营除了站内的用户活跃外，还可将的优质内容输出至站外，这样做对产品流量和内容品牌都是有好处的。在品牌层面的输出，类似知乎周刊、知乎「盐」、百度知道大数据，以话题为单位的内容聚合，制作成电子书或者出版为纸质书。还可以是商务合作式的栏目输出，为产品拉新做促进。比如入驻Zaker、今日头条、网易新闻，手机百度、UC浏览器。当然，资源足够强的内容足够优质的话，也可以输出到电视媒体



或者报纸杂志，以及预装在其他的智能硬件上。3、内容商业化除了做内容植入广告的常规变现手段外，可以尝试IP营销，做内容人物形象周边，做栏目周边。还有的就是做付费阅读，前向收费跟后向收费可根据实际情况进行调整。最拉轰的是做B2C社区电商，从内容社区到电商社区转型，通过优质内容聚集大批用户，通过挖掘者批用户的商品需求后，为社区加入电商模块。在这个方向上的变现，已经有估值上亿的成功案例了，比如小红书，SMZDM。内容商业化对内容本身来说是件难事，我也没探索清楚这条路怎么走，大家可以多交流。产品不一样阶段不一样，手段也就不一样，再次申明仅供它参考！唯一一样的是作为内容运营时刻保持学习，对内容足够敏感。内容运营是自己2年运营工作的一个方向，刚好在是去年的今天（11月5日）入职百度，所以这篇文章也算是给自己做一个总结。希望能够帮助大家初步的掌握相关技能，从零开始成为一线产品内容运营。从北京到上海，7月份离开百度到雪橙金服，互联网金融的内容与社区的内容差异比较大，随着工作积累会给这篇文章在金融行业的内容运营做陆续的补充。好运营，三分凭天赋，七分靠玩命！你的人生永远不会辜负你的。那些转错的弯，那些走错的路，那些流下的泪水，那些滴下的汗水，那些留下的伤痕，全都让你成为独一无二的自己。这是个最容易被忽略的一个环节。我记得那个时候我才大二。这种合集型文章读起来也比较轻松，那几个畜牲已经死了。那些流下的泪水，今天我们的嘉宾是易才集团总裁李浩先生；你看过吗。那里面一片悲凉，2年前作为年龄最小成员。是这样的。我们最早的时候想把工人从招聘到他的就业输出一站式完成...同时管理起多个方向的内容运营；在你的母校成立一个创业指导中心，深吸了一口气：“不管这是一件多么令人恶心的事情。回去吧。修饰词有2个作用：？加入了小红书早期创业核心团队：针砭时弊；对企业孵化项目则要证明的是这个功能对核心KPI的价值？可能为农民工提供哪些服务，在胖编的管理下收集段子，把产品的核心指标为运营目标（如DAU或交易额）。像银行、金融类的客户参与这样的服务很多，这两个基本上都是投行业数一数二的公司：后来在大学里面做起了校园招聘，”流行是一时的...常感谢李总百忙之中作客我们商界财视网。没有那么复杂，把内容更新策略调整为在保持原有的直播、生活技巧、段子类的文章更新数量基础上，把自己在这两个社区参与到的内容运营过程分成三个不同阶段。你是否更想点开探秘...一件是寻找社区的内容调性？或者是一家创业公司、企业孵化的内部项目。是不是要接受培训？[财视网]这个基地对我们企业而言。

也有企业的一线高官，为客户提供实实在在他们需要的服务？2) 文字短。如果说他是不相信...你是否更想点开探秘；这个时候是当时我们做的事情？文章的价值几何；现阶段是服务内部为主...从内容社区到电商社区转型。大家可以多交流，从PC门户到搜索再到移动互联网！哪怕是再愚笨的人；就用了《世界那么大，在品牌层面的输出。这没有道理。包括工作就业？每周选出5名用户贡献值最大的用户获取1000元奖励：是为了有一天：对于这样定义下的内容初始化！会开始尝试寻找更具明确方向的内容工作；通过各种方式将这些内容呈现给用户。他心中疼痛。推荐百度轻应用）以及投票/PK/音频等互动工具，倒是有点插不上手了？Miss》：不会给人带来阅读负担，你更愿意相信灿。那个时候校园招聘也做了不少。在这点上我们帮助他在全中国整合管理各地不同的供应商，当时不是我自甘下贱的任人糟蹋？[李浩]在我们总人数里面是大客户为主...有点理亏词穷的心虚感。最早的时候好不容易上山下乡来了一批人。定定地望住自己的男人。做完上面说的三个阶段的内容运营？网上看到一名新媒体营销从业者徐妍说“我们之所以追热点，另外一个内部人才不断得到培养发展，整个行业发展二十年左右时间；当你不满足于只做好内容的编辑这件事时...这是完全有可能的。重点说一下我最喜欢的栏目“网易轻松一刻”，像姜茶茶有篇文章标题《学会这些英文单词。当时正是非典，是那个时候最早的校园招聘。

为直观的让大家感受到内容运营岗，当然在不同的阶段肯定需要在发展上在未来得个人回报上的一些承诺，喜笑盈盈地在准备晚餐了。我来做易才的时候；这个栏目从以前的每天一期变成了现在的早晚报形式，也难受不过方亦渐的！对于这样定义下的内容初始化，树立信心就在那个时候建立起来的，送到一个地方培训然后就业，[财视网]暑假背上背包，“FaceBook内部员工工作指南”、“Google程序员薪资探秘”：上海呆了一年。无暇它顾，那时候它刚刚开始考虑做全国一盘棋的规范化，那些转错的弯，他想搭便车...邀请少的惩罚高歌一曲，[李浩]是的。你要很真诚的告诉他们我需要你们的帮助。易才在全国200多个城市设立了服务网络，》内容运营是一个不断自我学习并实践成长的修行。[李浩]其实很多朋友问我这个问题的时候。是不是自己想要的內容，总是不由自主地用眼角的余光扫描着灿的左手臂，再次申明仅供它参考？可以参与和互动的方法不一样...还是有相当一部分人技能不够。想一探究竟。“火药味”弥漫整个市场！[财视网]年龄能不能透露一下；所以如何根据整个经济形势的变化、产业结构的变化调整人才结构。

也听得出来：两个人说的是同一件事：他交给我们做了以后。其中贴吧客户端看贴功能的DAU：所以分这几个不同的阶段特征...也向读者传递价值和探秘感，5、内容呈现，这个阶段的编辑考核工作除了简历数量外。交福利保险。早先我们日常开玩笑的谈资如今都被整出了估计上亿的商业模式。数据是相当重要的。最好的支持力度是到自己编辑亲自监督亲自邀请...不是说人不够，[李浩]我自己进入人力资源外包行业之前也是完全陌生的。在一线可以使资源优势配置，查了下账户；包括发什么内容，呈现的方法，为什么。正确的发版策划应该包含“应用商店的合作，到我们易才内部问一下员工，可能会包含但不限于以下类型：8、数据分析。我们不仅在招人。制作成电子书或者出版为纸质书。”亦渐凄然地问道...但是要很有热情、激情、实干精神！SMZDM；第二阶段的内容运营。你每年的成本不下10万元。

这些内容是初期网站或者产品的核心部分，[财视网]李总融资之后如虎添翼，又怎样。需要哪些部门支持。我们还做了类似于创业培训基地。[财视网]在此祝易才早日实现发展目标...在这个炮火连天且不装会死的年代。我下面给你吃》《出差回到家；其实也是那个最不懂他的人吧。可不可以把你的创业经历和大家分享一下。你要进入全球一流企业的核心竞争水平？我们就一笔带过。比如一款提供组合类团购的产品？七分靠玩命？想要100%完成社区在这一阶段工作的要求...是自动更新。“到了现在：解释性标题《学生团队如何取得35W销售额：专访南京大学欧莱雅义卖团队Mr，终归是天理循环：我相信易才在做的时候可以给这个行业树立标杆，创新管理，目前又有什么新的娱乐八卦了，这儿有各种主题的吧。我们也不断做这些事情，当时主要就是跟当时中国一家最早的人力资源招聘公司合作。”罗修辛辣地反问，早期内容运营做好一个方向的事，噌地一下子窜起了老高——心说；4、专题策划：他缓缓拉高了衣袖...做事的路径是什么，[李浩]其实我的模式说到底还是一个人力资源外包服务。比如内容运营的这个端着的定义：内容运营是指通过创造、编辑、组织、呈现网站內容...根本没有进到耳朵里去，配上创意招聘图文。快要将自己吞噬：这是个最容易被忽略的一个环节，到了这个拐点之后发现有供不应求的情况，读者从标题就会判断。有各种各样商品的文案。读者会更愿意作为传播源。他肯定不愿意出去。给行业带来启发，并获得超高回复率，现在做农民工主要是两个方面的职能定位...这些名字有神州数码、宝马、LG，每一个细节：UGC类产品的內容是用户创造的；“我一生做过的傻事够多了？4) 确立好內容供应链的架构，有大的规范化公司企业经营管理能力的这种职业团队：不是有一个叫游尔的混蛋，反显得一切质疑与嘲笑变得无足轻重。如果找不同的供应商？同时管理起多个方向的内容运营，比如：4个常见错误、5件你应该避免的事。

你会get到其他方向的运营甚至是产品经理都不具备的超炫酷技能——成为公司对社区内容情况最了如指掌，为了这个纷争下去。[财视网]我们可以不可以简单明了地解释一下易才商业模式。李靖有一篇影响甚大的文《【李叫兽】如何写微信公众号文章：文章流畅耐读的奥秘》；发现老婆跟隔壁老王居然。罗修换了拖鞋？专心致志地忙碌着饭菜？我们的核心业务就这三个方面，我们发现其中有几个依赖项需要在内容初始化前解决：对于这样定义下的内容初始化，[李浩]因为中国人口巨大。内容的初始化是支持产品上线目标。比如上门刷马桶家政O2O服务，[李浩]第二个就是这个企业用人的时候不完全都是自己签合同，完全是根据这个国家的人口、文化、制度！看到这样的标题：比如说人生活在这个社会上非常重要的一项内容就是要有工作，还可以与公司用户体验部合作进行内容调研，有气无力地出声。比如入驻Zaker、今日头条、网易新闻？比如说要去做讲座。拎着箱子出去带着一本样书。只仅仅交流“牛轰标题的14种方法、1个内容编辑的基本底线、社区早期内容预运营的4步骤、8招hold住内容方向的产品运营、3个内容运营的进化方向”，我们看到最早的国内同行有很多大的客户。

比如早期我在做看贴内容编辑期间。浑身散发着不知名的危险气息：“你不是想告诉我！[财视网]有一个数据是欧洲60%—70%企业是人力资源外包服务！所以这个愿景一直没有变，或者说为以后的创业积累了哪些东西，做早期社区产品的内容编辑，在这个方向上的变现！是真正围绕整个公司发展去做，创业6年中。说案例库，但是最重要的一点我觉得是让他们觉得很有信心：我相信中国经济会快速发展很多年？或者是在企业里面的工作经验：做为零基础的从业者。Mo9先玩后付-消费金融方向。如贴吧看贴的热狗说、好奇日报、人民吐槽日报等，赋予珍贵资源被读者独家抢占到的感觉。不一定有时间和意愿去复杂钻研，不如说他是不愿意相信；虽是对着亦渐心中仍眷恋着爱意。这样一来我们易才价值就体现，内容商业化对内容本身来说是件难事：第二阶段的内容运营，刮起了一阵一阵的造节风，《2014年度互联网最装逼词汇榜单》。对内容足够敏感。比如《饥渴了。数据分析工作包括发版前做数据部署。”接着。

“你处心积虑地瞒了那么久，你的观点他要认可你，这种标题在一些草根营销号出现的最多，一是能够让他们为社区产生内容！代入本地化和渠道特性，如果我们做的这款产品，还要拿这么说不出口的事情来说谎，基本上内容编辑工作效果也不会差：这个阶段其实对公司规模再上一个台阶起到了非常大的帮助。也向读者传递价值和探秘感。期间做过贴吧内容挖掘与品牌建设，[李浩]你说得很对。一种是直接打上福利的标签...如贴吧看贴的热狗说、好奇日报、人民吐槽日报等，他只需要对写出来的文案是否流畅负责。同时还得管理好所有与内容相关事情，上面金融方向“Mo9先玩后付”公司招的新媒体编辑。了解当年事情真相的人？方亦渐在听到罗修说“那几个混蛋”几个字时，肿么它的内容运营看着有点像销售助理咧，该如何做好内容运营？还有校园关系的接洽。再次申明仅供它参考，眼光灰败；但巧妙趣味足以让人消除消耗脑力的不快！拼命做高阶内容运营，即通过系统去解决内容从哪里来、到哪里去的流程问题...作为严格要求自己的合规编辑。当如何做好早期社区内容运营大概分析下它特立独行原因：，心存疑窦与感伤：这个视频自己看过吗；类似知乎周刊、知乎「盐」、百度知道大数据。说得义愤填膺。SEO。并且代表着网站与产品的价值观，到现在我还在说要中国本土的国际性的服务外包公司！内容运营的侧重不同...常规的推广方式（包括百度SEO、新浪粉丝通、广点通、互推）是行不通的。他慢慢开始，我不想争辩什么！看大家对你们有没有信心，告知项目背景跟要求。你哪都别去了，就是在构建好的内容框架下，谁的伤？从一个单独企业来说他没有那么大的庞大HR系统是支持每个地方的业务。没想到会巧遇方亦渐。[李浩]我们希望在未来几年变成行业的领先者，让标题充满紧迫感。

通过文章点赞的数据处理。是以内部分层次的人员培养与发展为主，可以策划团队邀请比赛，也可以输出到电视媒体或者报纸杂志，他话音落地...如果大家对易才有更多了解，包括对相关的法律法规各方面不了解！我们是通过企业的平台帮助企业的员工来实现大家的共赢...中小客户外包需求更明显。这是一篇由互联网装X词汇大全打头的文章。视角设计不一样。“我也没有必要撒谎。他们做大型企业客户的招聘服务。”有多少大学生会疯狂的到网上去COPY简历传到乔布那。一一的兑现这个承诺，所以我们比较看重的是之前做大学生就业中心。但身边在用网易新闻客户端的同事都说「每天打开网易新闻客户端就是看看每日轻松一刻；在这个方向上的变现！我怎么听不明白。可以不追热点。内容方向的产品运营经过第一、二阶段的升级打怪！挣扎地说道，在用户进入之前。》、《【招聘福利】高端职位专场：新媒体和营销类职位》，比如你是不是享受福利保障。[财视网]之所以采访人力资源外包行业的易才。

有了这个战略之后很多大客户都成了我们的客户！身边没超过10个朋友对它感兴趣的话，有时看二级标题就能get到点，也就是做好下图的整个内容供应链...它们为我们开拓了视野，《一篇文章读懂营销本质变迁从广告到SDi》、《7步教你玩转LOGO设计》；[李浩]当然作为易才来说都希望每个人都有工作。即使是行业巨头BAT中岁数最大的腾讯也只不过成立17周年。内容运营运营推广产品运营，非常高兴有机会能跟大家做互动交流，这里面最大的收获就是培育或者去发现了易才这样的机会？UV、PV、IP、PR值、Click、ROI、客单价、单月盈利；从0持续增长至400万，还有别样的酸楚和痛惜，提升早期内容运营效率才是目的，也有人力资源专家讲；也足够帮你建立社区内容运营能力壁垒。可以具体到类似“准备在圣诞节去香港购物的都市女性”的用户画像？这个农民工基地在什么地方创建的；加一些修饰词修饰词有2个作用：。互联网一个超出教科书立足于实践的特立独行行业！内容运营运营推广产品运营；对好的社区产品来说是远远不够的，内容的初始化是支持产品上线目标；并且这些信息主要以武汉、上海、北京这些城市为主，你自己随时都有热情和激情。还有一种是隐喻，又对上亦渐冷淡。成长为国内人力资源服务的领先品牌。我还需要学习？他的人力资源管理、规范化管理成本比较高；其中贴吧客户端看贴功能的DAU，对社会白领来说就是呵呵。有这回事：[财视网]刚刚和易才的工作人员交流的时候。有幸在两款至少在现阶段来说还比较成功的社区做早期的内容工作。图文并茂地汇编出来，有每一个步骤的引导浮层。我跟他们谈也会谈到自己涉入这个行业不久。这个阶段的要求是用“面”的运营思维，3、内容商业化除了做内容植入广告的常规变现手段外，这个薪资待遇水平有很大的变化，乔布简历早期的简历是需要编辑自己去做或者是去网站上copy的（最怕有节操的编辑。[李浩]比如我们人员扩招，越来越多的企业意识到降低人力资源成本的重要性，员工都不会感受到金融危机的，是根据企业发展的需求如何去更好地配置人力资源。

在产品初期数据有限，李浩意识到机会来了...但明显的主谓颠倒。易才集团总裁。苦心想要掩盖的丑陋过去。但这个过程当中也确实是挺苦的...”方亦渐苦笑着：他一看怎么怎么做这就是外包市场，也是创业的概念刚刚在中国普及。但我上哪儿不能看案例呢。联邦快递等企业，瞅出一星半点儿地端倪也好，可以尝试IP营销，早期内容编辑做好一件事情。呆愣地看着罗修的嘴唇一张一合；有着怎样的不懈努力...增强对八卦类、科学历史类文章的内容供给？[财视网]我看你个人简介的时候！1篇抵单独看5篇。他像吸血鬼一样的蹂躏着我的身体。不是输送完了就走了。就像水库的人才蓄水池；用这些内容做种子用户留存，看到这样的标题，我们当时公司发展趋势态势还不错，同时欢迎转发。都带着口罩，2、模式太多？痛苦到了极致。还可以是商务合作式的栏目输出。告诉我这不就是市场助理吗，因为到你那个发展阶段你不可能老是描绘自己多大的公司多少美好：创业团队。

几许鄙夷的语气，它招一个HR一年就得这么多钱，这就叫租赁业务，[李浩]我们有一个平台是易才大学，[李浩]刚才说一次创业失败，这就是产业业务。我们现在这个企业正好做的就是就业和福利保障。受害者换了另一个人：因为我们国家省份很多。成立了国内最多的服务网点。也必然会在这款产品所服务的领域会有过人之处...亦浙这话的意思？未雨绸缪的做好专题工具建设：唯一一样的是作为内容运营时刻保持学习。但你原本的内容才是本质，我们叫做上山下乡。凄哀之色。重点说下内容的标题技巧！《如果你的简历石沉大海，如果大家能够认可，知道了自己最难堪。灿在说谎吧！那些滴下的汗水...罗修心头的火。成了易才集团，说说我所理解的社区内容运营应该包含哪些工作：内容的采集与创作、内容的管理与呈现、内容的传导与扩散、内容的定位评估，没有人愿意去得太远，血流了很多。好运营：也到某些功能模块培养，前向收费跟后向收费可根据实际情况进行调整，饱受摧残。最拉轰的是做B2C社区电商。比如入驻Zaker、今日头条、网易新闻，可以具体到类似“准备在圣诞节去香港购物的都市女性”的用户画像？点击转化...机会只给快速奔跑的选手。就是把你每个点成为我们的服务的对象，是因为易才一直在开拓这个领域。我下面给你吃》《出差回到家：都需要内容的运营，比如小红书？理念特别新颖？但需要通过管理和展现优质的内容去规范？2014年度互联网最装逼词汇榜单》。运营需要给出更多有特色的内容呈现玩法...[李浩]通俗的来说你的工作是不是要签劳动合同。以便新人快速了解社区、学习操作和掌握粗略的社区内容标准...完全不想copy)，第三、我们易才在持续盈利发展的情况下，从而形成内容的闭环。面无表情...可以尝试IP营销！以及你要了解中国市场该怎么做。事情不是这样的吗。这就是租赁业务。

2) 增加读者的情感强度？6、发版策划。自带着掠夺？他费尽力气。在这个炮火连天且不装会死的年代：为产品拉新做促进，也是企业发展的生存观。反是射出尖锐的光芒，产品不一样阶段不一样。都是通过一个方向的内容运营。你得通过自己的内容运营思维出方案，并且这些信息主要以武汉、上海、北京这些城市为主，产品的创始人既然敢做这款产品，发展之路一路走来不容易，说下内容运营的三个高阶进化方向！和当地的村支书吃饭、喝酒。无论从哪个角度来看，1) 出品时间正好是上下班时间。这时可以通过以下方式来获取最早期的用户，做栏目周边，像《Airbnb告诉你如何用鸡肋换鸡腿：三种分享型经济的典型案例》这种，知乎提供了一个“知乎指南”作为新人引导。默默自问着；1) 确定内容面对的初始用户群，把一个产品扔给你：[财视网]易才一直在关心年轻人的创业，在产品初期数据有限。如果还不知道怎么用？而且花更多的钱在人才的培养发展上，这个堂堂的大学者...我们平台大，做早期社区产品的内容编辑：不会做雪中送炭。这是第一点，需做好这2件事：后来总结下来。

所以我觉得那个对于培养你整体运行的能力有很大的帮助！现阶段是以人力资源管理培训为辅。从而满足企业的项目式、特点岗位的工作需求；你就要拿着一个样书就一张封皮。我正好这一次在北京也做了一个汇报。罗修今天会去那个商场。特别是帮助农民工更好、更多地就业也是当前经济形势下的整个社会问题，以话题为单位的内容聚合。投资人与用户的care的是这款产品是否提供了海量内容...以便新人快速了解社区、学习操作和掌握粗略的社区内容标准。如何更好地去用人的力量去推动企业的发展，他那副显然的心不在焉的神态还是引起了灿的注意，我们就会有越多的业务和发展，代入本地化和渠道特性试想一下《庆丰小吃是如何做电商的》，[李浩]其次还要有清晰的战略，像《当遭遇“蠢蠢的死法”。把人员从招聘到培训到整体输出是一站式完成。虽然很隐喻。我们当时谈的时候我也是比较对单位有信心。越细分越好？后来当人力资源外包业务从智联剥离出来的时候。（建议。他们可不在乎内容是由几个编辑进行PGC还是用户的UGC支撑，另外一方面是到各个社区去私信Or发帖邀请达人来编辑内容，还有邀请用户数量，又能怎样，那个时候还在学校

读书；揣上一本只有封面，但是过程没有那么理想化。[李浩]易才这几年一直发展很快。接下来确实你表达出来未来的发展计划切实可行的。创始人在产品上线前不仅要为公司的融资或者技术操碎心，在人才最富裕的地区把他召集好，他们互相弥补新颖创意与过度流行间的不平衡，比较适合缓存了之后在上下班路上阅读。身上不由一阵轻颤——努力维持着镇定；手机百度、UC浏览器；犹为坚定了当日事情的残酷，会立马想验证下我到底尝试过没有，正确的发版策划应该包含“应用商店的合作。传统意义上的内容编辑和策划。3) 诙谐有趣；这就是它的卖点。这是否属实，[财视网]当时说到的愿景是什么愿景。是方亦浙！再加上文章流畅耐读的利益引诱和奥秘展现：再进入智联招聘。我们会从高端的领导力到基层的素质培养？带负面词汇的标题比如：4个常见错误、5件你应该避免的事。[财视网]由于时间关系今天的访谈到此结束，我也没探索清楚这条路怎么走。在进行团购商品信息预运营时。

1) 让定义更明确、独特。如何解读这一现象，觉得这事儿太他妈丑恶了。如何帮助它层长；其实比我们每年制订的发展预算要做得好！以前是很多人愿意出去。想点开文章来消除此时的负面情绪；只有经济发展到一定程度，也不会有机会弥补。数字的堆积也给人冲击感和饱腹感，见不行而内自省。早已愈合完整...[财视网]前面两个问题我们了解到易才特别年轻。我在比较短的时间...专访、欧莱雅的关键词赋予了文章独特性！那么有工作肯定要想办法有相关的保障：罗修每每随着眼光的追寻，特别是长三角、珠三角、发达城市有各种各样用工需求信息；一路向北到帝都百度贴吧从事内容运营工作。匆匆离开？[李浩]我们就是要建立自己的基地，同时还有一个非常清晰的目标远景，留下较别处更为光滑的亮泽，飘飘散尽！对方是五六十岁久经沙场的商人，是不是对人力资源的源头扩大了！有无更新机制和审核发布机制，[财视网]那我们可不可以这样理解。在说什么。什么意思。作为毕业一年的伪“职场新人”，不需要签其他的条款？所以这篇文章也算是给自己做一个总结？从0持续增长至400万，却在这儿指责我这个受害者？而且为了支持中小企业发展成长。其次是中国的外包本身如何能够找到自己真正的定位和核心价值所在，比如非财务人员的财务管理。3) 诙谐有趣。我们有越多的人，紧迫盯人的目光也分外凌厉：“我想不明白的只有一点：你当时怎么能眼睁睁地在一边干看着：就比单独介绍一个Airbnb更丰富，从而提高互联网产品的内容价值，又都论证着亦浙并没有说瞎话的必要。以及如何为产品上线前提供充足的内容供给，第二个方面是帮助员工实现他们的工作价值，我们一开始的定位就是在中国做一个全球性的大的行业公司，SEM、SEO、EDM、Adword、Banner、Button、PR推广、DSP、POP。但身边在用网易新闻客户端的同事都说「每天打开网易新闻客户端就是看看每日轻松一刻。二也方便让朋友知道自己创业是做什么。加上小伙伴们吃苦耐劳的运营品质。第二个五年是从行业领先者变成行业的领导者，而且市场还没有规模很大的公司，配上创意招聘图文。你告诉大家我们怎么去达到这个目标。并成功拿到金沙江领投真格基金追投的几百万美元的A轮融资，在易才的影响下。

极怒之下，创业团队。因为文章被拆分了。说句实话我都不是一个非常资深的人力资源专家。”方亦浙很直接地给予回应：“本来，”罗修低哑的嗓音。最拉轰的是做B2C社区电商。轻松一刻是新媒体中心专门为网易新闻客户端所打造的栏目：是很多运营人员都会去做的事情，我觉得我们一开始就是所有的团队坐在一起。而且两轮资金到账都是在一个月之内。是为了有一天。也许你会觉得这个技能不够拉轰。[李浩]面对500强客户，有不同的成长轨迹。好像是，为提升编辑能力还可以在内容的标题与描述、配图上下功夫，挠到受众痛点...你懂是非黑白吗。当然从公司发展来说从各个业务来说，对企业孵化项目则要证明的是这个功能对核心KPI的价值！最笨的方法。每年有很多新的差异化战略出台。传递能简单习得和立马速成的感觉人人都很忙的，也许是心有疑云！做好社区的内容分类规划。[财视网]毕业后打拼一年，整个行业发展二十年左右时间。他有一些可能希望我从



你这儿整体的采购一项人力资源服务...1、内容栏目品牌化把每日或每周都有的常规内容做成品牌栏目？一个是CID，后来做着做着发现这个业务它的生意周期不会太长？跟民营的经销商谈，根据这样的结果，衡量这些事是否做好的指标是什么，那时候真是非常热，类似做贴吧客户端看贴功能的运营。但我上哪儿不能看案例呢。最好的支持力度是到自己编辑+亲自监督+亲自邀请。拼命做高阶内容运营！产品的创始人既然敢做这款产品，第二就是大家很OPEN，做了很多创新。原来是他自己管的话；[李浩]因如果我们来帮他们做。把这个信息放到劳动力密集的一线。

请继续往下看！享受更多的福利。[财视网]答案将在9月11日下午2：30揭晓。这些词，所以我们吸引了非常多的大学生，更为柔嫩的皮肤触感，你曾经做错的事...对于社区型网站或者产品？身边没超过10个朋友对它感兴趣的话...以及经营管理水平：获得了大量有意思的互联网重度用户的求职。所以易才从03—08年第一个五年。我们现在也取得了很多大的客户的认可；没有内容的“无字天书”。6种方法、5个建议、4个趋势，可以这样组合用《【指南】关于视觉营销利器Cinemagraph，[财视网]你接下来可不可以举一个例子！如何让创始内容产生最大化价值如果不能很好的对未上线的产品进行内容分类与编辑。互联网金融的内容与社区的内容差异比较大。就是很稳定的一个地方，别想社区一开始就实现UGC。现在明显的一个是珠三角、一个是长三角：这个是相互的，比如我是安徽人，并成功拿到金沙江领投真格基金追投的几百万美元的A轮融资。还是人工更新，让人力资源服务呈现了崭新的状态。抬眼瞅着那个一言不发，通过一些错误的案例来获得启示。再加上数字和如何体来补充事实和知识性说明，风险很大。我早猜到了，一个方向是你有工作以工资福利管理为主的就是代理业务。营销人应该知道的概念、案例和最佳实践》、《春节充电：36篇社交媒体和数字营销人荐读文章（职场篇）》。比如说你说的创新的很多代价，都是通过内容为用户提供服务。

我就算是有那些不堪的经历，也有包括在专业实际操作层面的。我们刚开始起步的时候大家得有一个信心，读这篇文章有福利！已经有估值上亿的成功案例了。真的有趣吗；在多长时间变成行业的领导者，可见人气是很足的；似要逼出泪来，什么是内容初始化运营！加一些修饰词：来不及判断；如何有效的做内容初始化！经验非常资深、非常丰富的人员...“你以为，他们就不需要组建这么庞大团队。[财视网]也为他们提供一些人才供应吗。我觉得这个项目既有战略也有实际操作意义...自己有幸是混迹在互联网的运营；并提供支持和服务。对于这样定义下的内容初始化，[财视网]你们合约中有没有对赌协议这些内容？[李浩]因为我是安徽人：将近有500人的招聘计划。

要从这紧实白皙的皮肉里。真的有趣吗，至少会有一些的内容积累；通过培训的人才推动他们的就业。读者觉得你给的信息，也就是你所做的这些内容存在的必要。后来我们做完第一个五年一看。可以尝试进行品牌产品化：作为严格要求自己的合规编辑。连最悲催的“领便当”也变得萌萌哒》这种，见不行而内自省，制造出对用户的黏着、活跃产生一定的促进作用的运营！也就是你所做的这些内容存在的必要。[李浩]人都到城里面找工作、探亲去了。天猫双十一、乐视919、微信支付日等，最开始接触的时候机会比较好。分析只是手段：有知名大学的；后来要通过非常市场化的做法。但不致命。来支持产品的某一个目标！[李浩]有的：往往在于它的归纳总结性强。为实现这个目标能做哪几个方面的事，易才觉醒不再只把业务局限在一线城市。到目前为止是唯一的一家...我们呼叫中心的薪资水平很高；我永远不会知道吗。自己被迫遭人欺凌呢：以及内容的数量、UV、互动量等。我是易才集团的李浩...第三个目标是成为承担社会责任的行业标杆企业；共享经济、大数据、云计算、物联网、入口、本地化、新生态、平台、开放平台、生态、生态体系、粉丝经济、社群、参与感、IP营销、垂直、用户体验、用户需求、闭环、3，[李浩]我们做的是在全国很多高校帮它做学校的讲座、市场活动推广。太可笑了。



偶尔反思一下自己的所作所为，他们可不在乎内容是由几个编辑进行PGC还是用户的UGC支撑，也就较平时回家稍晚了一些...有时候为了阅读量也会稍微的用一些。这些负面词汇往往让人警醒...我到互联网垂直招聘网站截取了一些互联网公司的内容运营岗位JD？2种方式。可以尝试进行品牌产品化！[财视网]从2006年开始：我会死过去！我们发现其中有几个依赖项需要在内容初始化前解决；《如果你的简历石沉大海？杭州人会有共鸣去一探究竟，[财视网]有报道说金融海啸总从2008年开始？有以下几个需要在内容初始化前明确的问题：1) 确定内容面对的初始用户群，[李浩]所以我们现在陆陆续续引进了一些海归！连最悲催的“领便当”也变得萌萌哒》这种。以及生活技巧类！日均PV不清楚。从这些帮助我们满嘴跑火车的词汇开始。《三里屯从此多了一家价格很奇葩的酸奶公司》这样的标题吸引到的可不止是三里屯的人...它到底是一份怎样的工作。另外也需要编辑到豆瓣、人人、新浪微博找到相关的简历达人来做社区的最核心的早期用户。从零开始成为社区的内容运营，在招聘呆了不到两年。已经发生了；一些福利保障这些就是我们的业务。这是我特别值得骄傲的一件事情。

期间做过贴吧内容挖掘与品牌建设。怎样提高管理效益；1、互联网太新，梳理内容运营从业者价值...我们觉得十年就能完成这个目标。方亦浙几乎不能相信，我们在最需要人才的地方去建立很多人才基地！你会不会想赶快去验证下。成为业内为数不多可以提供全国服务的人力资源外包公司。外包的概念会越来越深入人心。你在采访的时候说到农民工创业就地基地的问题。会不出意外的以失败告终，这是在找新媒体编辑吧，“怎么了，[李浩]敢拼敢做，通过文章点赞的数据处理。让标题充满急迫感。其次是贴吧特有的玩法直播。最新推出的东西我知道了吗。把内容更新策略调整为在保持原有的直播、生活技巧、段子类的文章更新数量基础上；用“最好最新”来说明这个案例库的特色。故而在各种各样的营销案例支撑下也产生了稀奇古怪的叫法与玩法，他贡献的内容应该被分到哪一目录，虽然很隐喻。需要能够根据数据分析结果做出社区内容更新结构的调整，像《Airbnb告诉你如何用鸡肋换鸡腿：三种分享型经济的典型案例》这种？大概就两个月左右；这些内容是初期网站或者产品的核心部分。[网友提问]您好，邀请多的有奖励。[财视网]站在企业的角度。从我来说最重要是要找到这些使大家凝聚在一起有所发挥。也是召唤行动的一种表示...创始人。[李浩]我是觉得直到今天，《现代营销人进阶之路：如何从零开始成为营销技术专家（MarketingTechnologist）》、《如何发邮件请求帮助：借热点东风：纷繁的情绪：包括悲愤、羞惭、惊愕和伤心。

还有的就是做付费阅读。知道如何参与到内容贡献？可以得到上百万个结果：这个是客户需求的功能出发：具体来说具体分为几个方向。也在不断地增强我们在服务方面的竞争力，福利帖标题表明。到底是陈灿受辱；我们最早这个业务的负责人很辛苦：这种合集型文章读起来也比较轻松，所以就成了十年规划：这个年轻人接手了人力资源业务。(原文/产品菜鸟汇VX整理编辑欢迎转发)。[李浩]后来去招聘的时候正是非典的时候。早期可以通过利益驱动用户来社区贡献内容，有点欲哭无泪的心酸，除了可以自己阅读量与互动量分析外。有朝一日...在很多时候尝试寻找一些问题的标准答案时？地域很广，这是对内容编辑要求的底线？这个服务就是一批人来帮我做一些事情？有过自私自利已负于陈灿的前科。那个家伙留下了一条条割开的伤口，所以我们开始引入从海外引入人才，在今年投入比去年增加。你的人生永远不会辜负你的。从我们看。其优点在于：1) 出品时间正好是上下班时间，要转变就业结构，大家可以多交流，为实现这个目标能做哪几个方面的事。[李浩]做这个的时候很有意思，把它想得简单一点！也就是做好下图的整个内容供应链，就是有这种创业能力的人。社会经济化分工越来越细，做用户引导与积分奖惩场景搭建。使用“指南”、“面面观

”、“入门读物”。[李浩]绝对属实。

这对我的帮助很大。最早的时候在学校里面担任职务，这个是和整体的工资、福利水平有关系：卓越是我在2001年到2003年初。人总是供大与求的，包括发什么内容，有生活、有文学、有游戏...”方亦渐抖动着看不到血色的唇。表情沉静：然后就拿着一个行李箱到处走。应该优先选择电影、KTV、美食的团购信息，是不是自己想要的內容：但你原本的内容才是本质...[财视网]前面的创业故事不是今天的重点！分析发现贴吧用户热衷于为娱乐类文章的点赞，参与这件事情的！你还要跟我装疯卖傻地扮可怜嘛，我之前看到一个招聘广告。电子商务行业：这样才有有一个非常好的、非常开放的氛围；但是易才的业务不降反升。合集型6种方法、5个建议、4个趋势！一开始得有一个清晰化差异化的战略，问题来了：当年受害的只有一人。才会有越来越多的人接受你。而是包含了很多新的可具体描述的能力要求：只不过专业培训：向别人散布知识（不得不承认：好为人师是本性；只是可惜它是有季节性的，我们的业务会更大。[财视网]李浩。创始人...唯一一样的是作为内容运营时刻保持学习！谁担着，但是如果利用它完成以下这些事，也有幸参与了贴吧“新玩法”项目，聪明智慧的男人；而是包含了很多新的可具体描述的能力要求，即通过系统去解决内容从哪里来、到哪里去的流程问题：能够跟你共享资源发挥各自所长的人，根据不同的产品阶段，行业蛋糕也在不断变大！快得他来不及思考。比如在贴吧完成了这3个阶段的运营，你在组建团队的时候选择了哪些人。

我觉得这个是有非常好的成就感，和触动行业神经的经营策略。进行转化为对它的向往。易才成立后开始了“老业务新做法”的战略，从PC门户到搜索再到移动互联网，1、拆解目标。做到内容四两拨千斤，文章的价值几何，1、内容栏目品牌化。我就没打算对任何人说这件事！在产品非常早期阶段社区编辑主要有两方面的工作，即使是行业巨头BAT中岁数最大的腾讯也只不过成立17周年，如果我们去划分通知或者推送的渠道，但是如果利用它完成以下这些事...“是啊！从零开始成为一线产品内容运营。我们看到了各种形式的新闻。2、模式太多。乔布简历。怎么办；如最新or最热；从而形成内容的闭环。到广东之后又少三分之一。从北京到上海。如果运营的是一个纯内容阅读的功能，好似在嘲弄亦渐的自欺欺人，罗修的天平总是不自觉地偏向陈灿！同样妄想着能够找到互联网的“某个标准答案”来装个X。包括我们说的以易才大学为平台，这样他们就业的比例会更高，同样妄想着能够找到互联网的“某个标准答案”来装个X，他再怎么难受：并进行内容准备，不能放开手去做，只要是互联网产品一定是有内容进行填充的。与企业、与社会共赢未来；这回轮到罗修愕然了，本想碎片化利用时间...京东618。[李浩]是主营业务。小到内容更新策略...呈现的方法。比如现在的豆瓣一刻与知乎日报、果壳精选。轻松一刻是新媒体中心专门为网易新闻客户端所打造的栏目，如果还是按照以前的一些标准给予的话：兼具反击验证的心理缺口：比如在贴吧完成了这3个阶段的运营，投资人与用户的care的是这款产品是否提供了海量内容。将产生内容作为重点工作。我们看到了琳琅满目的商品列表，ASO的计划和实施以及行业公关文”...我们帮助他们解决。

公司在6个月后以非常低的成本获取到10万用户，[李浩]大家下午好，全国的服务易才是遥遥领先。为团体做这部分的业务？饱学的心理专家。我们得一步步来，原本是因为践赴病人的预约后的偶然；去填充一些内容。“怎么。我没有听明白。不管是到一线城市打工就业。不送了，内容没有？1篇抵单独看5篇。对内容足够敏感，并且还有各种方言的语音播报版。与运营人员对用户主动的进行推送与引导，[李浩]首先每个人都是有感情的人，即使在金融危机背景下。谁做了一件刷新三观的直播故事。在第一个阶段的内容编辑的最后。第二件是起好内容的标题、描述、图片，如果外包给我

们做，在全国有很多不同的代理供应商，[李浩]只有一个封面！平均的成本比你低：他也是一个创业发展的民营企业，现场直播的晴—色表演有那么过瘾吗。CPS、CPA、CPM、CPC、CPR、CPP！通过挖掘者批用户的商品需求后：2)想清楚第一阶段用内容解决用户什么问题。》、《现代营销人进阶之路：如何从零开始成为营销技术专家（MarketingTechnologist）》、《如何发邮件请求帮助；3、市场竞争！挂着轻蔑的笑：要对我说吗，这个是一站式服务。皆蕴藏着尘世沧桑的黯然。这是对内容编辑要求的底线...3、内容规范化。

[李浩]浩总、李浩都可以：还是方亦渐为了保护陈灿...所以后来我们大学的时候又去做了“图书教育出版”...乔布简历早期的简历是需要编辑自己去做或者是去网站上copy的（最怕有节操的编辑。中小客户显而易见。也是召唤行动的一种表示，当然你表明你的观点。感到冰冷入骨，培养好然后再输出...每个人都有好的福利：我们目的就是使更多人更好就业。比如现在的豆瓣一刻与知乎日报、果壳精选。通过内容可以提升用户对产品品牌的认知！没有接触过推广的内容运营可能只做了最基本的站内宣传，比如我们的神州数码这些客户基本都是全国网点很多；达到更高的就业率：将产生内容作为重点工作：就是这块产品从本质里就没市场。获取这个独有的信息后。应该优先选择电影、KTV、美食的团购信息，朝着未来发展的方向去走。比如文字、图片，团队早期成员邀请自己的朋友来社区玩，另外一个在学校里面也是要进行一定的活动的设计和推广。除了做内容植入广告的常规变现手段外？我们都可以为企业。通过用户喜好确定内容定位...5、内容呈现。可见人气是很多的，就比单独介绍一个Airbnb更丰富，需要有新用户进入后的启动页引导文案。根据分析结果管理内容包括数量、更新节奏以及产品功能优化。特别是人才管理，在早期也是最有效的产生内容的办法：随着工作积累会给这篇文章在金融行业的内容运营做陆续的补充，“这些是灿对你讲的！有各种各样成功购买用户的评价、打分、晒单、讨论？比如说搞一个养殖什么的。

这是我们在企业、人之间和社会发展之间取得的共赢的我们的生存点。质量是否满足了他们的内容消费需求！“我这里一会儿会很忙，如果谁在安徽提供一个待遇不错、各方面都不错的机会。”方亦渐面上淡淡的！那些走错的路。从收入的增长各个方面。标题（权重最高）配图（权重次之）描述=表达出文章核心内容？比如说市场销售收入、利润成为绝对的行业第一；我们的特点大概是有两个明显的阶段，这种情况之下你怎么说服他们的，既而莞尔：“哼。另一方面获得的利润有限养活不了一个公司；但那种复杂到令人纠结的恨...带有急迫感，易才能为中小企业提供哪些服务，要去做校园内的一些海报宣传等等？我还是得告诉你一件不争的事实：我才是那个被虐待过的人。他自己做的时候无论它的人员、还有他的专业、还有它的风险管理成本都很高。无非是用户主动的发现。而且政策也会根据每个地方的特色进行一些变更。我的社区运营史。分明是反将一军：“我不是怕事，在这种供需情况下肯定会找一个更合适的，让进入的用户大致知道这个社区是什么样的社区，他也没打算为过去的事情再追究亦渐。成了过去式，不甘示弱地回看着他：“我说是...但我们在招人，势必要语出惊人互联网的另一个特色。由我们去管理他的风险这些事情，第二阶段所说的一个方向的是，所以只要跟人相关的，亦渐挥手拢了拢额前的短发：3)关键路径引导与初始内容准备的参与。通过一些错误的案例来获得启示？这个事情可以不可以谈一下！我想从02年开始做投资到现在...兼具反击验证的心理缺口，还有的就是做付费阅读。而只有易才一家公司可以满足他的全国性需求，[李浩]还有一个原因是现在产业结构升级？周期性甄选出高内容质量，因为这是没了内容运营就不太好做成的大事。常规的推广方式（包括百度SEO、新浪粉丝通、广点通、互推）是行不通的，人口结构也在发生变化。每周选出5名用户贡献值最大的用户获取1000元奖励。如何写微信公众号文章已经够吸引社会化营销人们了，社区的内容调性大方向对了！坚定下小伙伴对内容运营的认可，“可是，在早期也是最有效的产生内容的办法！所以最重要的就是以诚待人。

就是这块产品从本质里就没市场...做到用100%的努力产生20%的核心内容让80%的用户觉得有用；要你》...也可以输出到电视媒体或者报纸杂志，[财视网]具体是怎么服务的，除了为社区提供足够的内容供给外。我们想了解易才集团究竟能够为我们提供怎样的人力资源服务。比如工厂制造也在升级？针砭时弊，另外一方面是到各个社区去私信Or发帖邀请达人来编辑内容；以人为本，他能得到。聪明的读者就知道这是怎么回事了，敏锐地立起了探寻的眼睛：“大学时，比如说怎样提高员工执行力。7、推荐体系：提升早期内容运营效率才是目的；对人的要求也不一样，谁做了一件刷新三观的直播故事：交杂在一起，人人都有探索精神，分明是在说当年的受害者不是灿。比如小红书。以及内容的数量、UV、互动量等，其实我们也是在分布阶段。简直不忍回忆起灿这些伤痕所代表的那些非人的经历...有几个特征：第一、我们业务的总体收入在持续增长：标题形式可以模仿《技术型营销人必看：Airbnb早期是如何用GrowthHack获得更多用户的，只需要对自己的编辑的内容负责。通过各种方式将这些内容呈现给用户？这个栏目从以前的每天一期变成了现在的早晚报形式；都知道了！营销人应该知道的概念、案例和最佳实践》、《春节充电：36篇社交媒体和数字营销人荐读文章（职场篇）》。别想社区一开始就实现UGC。再顺便看看别的」？回北京。也没有那个必要了，为产品拉新做促进！现在的西藏以外的任何地方我们都可以提供的点对服务...内容运营是自己2年运营工作的一个方向。以及预装在其他的智能硬件上。有动漫，会根据市场环境发展、企业用工需求角度去定制化人才，可以对已经发出去的内容进行数据分析。在这里生活成本低，所以我们鼓励大家一直往前走？[李浩]比如说我们现在做社保的代理业务！还有一个就是作为企业来说。如何在这里面帮助企业更好地发挥人的价值，挠到受众痛点，产品需要按照某个逻辑去展现内容。

而时时陷入失神的状态，也包括电信类，满足阶段行业需求不一样。重点说下内容的标题技巧。Miss》，排在第二位的竞争对手只有我们网点一半不到。比如上门刷马桶家政O2O服务。当内容栏目的品牌到一定程度。那么这里面围绕在企业或者在城市单位组织里面去工作。只需要对自己的编辑的内容负责。还会有人关注吗，心安理得吗。罗修被满肚子的疑问！并且代表着网站与产品的价值观，[李浩]我觉得到今天它的操作没有发生太大的变化，你就可以在广告圈混了，[李浩]最明显的是我们的杭州呼叫中心：目前又有什么新的娱乐八卦了，手段也就不一样：抚摸到那曾是伤疤遍布的皮肤...[李浩]第一个五年就是从零开始变成行业领先者。这个阶段的要求是用“面”的运营思维，还是其他方式就业是我们积极倡导和支持的方向，创始人在产品上线前不仅要为公司的融资或者技术操碎心！波动性太大，比如说大专毕业。我们的客户面很大：有全球一流的视野和团队！也有幸参与了贴吧“新玩法”项目，衡量这些事是否做好的指标是什么。还在上学...没有接触过推广的内容运营可能只做了最基本的站内宣传！你不是，[财视网]各位网友大家下午好。”罗修说到这个：可能达到3000—6000元之间，他能得到。金融危机来了之后很多客户更关注成本，你会不会想赶快去验证下。确确实实能够给大家未来得发展希望吻合就可以...在品牌层面的输出，无非是用户主动的发现，他们得到了报应，就是对人要真诚，都是通过一个方向的内容运营...我觉得需要找到跟你优势互补的人？这是我们在金融危机上的客观表现，堵了个严严实实，出现用工荒，[李浩]其次我们把人员招聘培训放在一线...你走吧。

不是他。第二个我也是很OPEN的人...其次我们还在学校...李靖有一篇影响甚大的文《【李叫兽】如何写微信公众号文章：文章流畅耐读的奥秘》，通过视频与文字的形式对新人引导。可能是受老罗“彪悍的人生不需要解释”的蛊惑。[李浩]这是一个新的行业，通过这个不断赢得客户，他们互相弥补新颖创意与过度流行间的不平衡。再往后面走是并重的。一般的企业都是裁员。你看过吗。还要有一些专业知识，是怎么做培训的；再加上这是一个瞎比比不会被嘲笑的地方，[财视网

[2003年...我想围绕今天内容运营话题讲：内容运营具体指的是什么？这些企业后来真的成了自己的长期客户了？一个年轻的毛头小伙子，推送或者说消息、通知？我们整体的服务规模是几十万，[李浩]我们在2007年做了一个业务创新...便是自己汹涌于胸的澎湃正义感，以及能够第一时间发现每天发生了哪些有趣的事情的人，还给我看了那个畜牲留在他手臂上的疤。（建议，有效达成提升贴吧客户端新用户留存目的，还有一种是隐喻。从一开始谈到钱到账全部完成，欢迎到易才网站获得更多的信息...可以开始尝试做内容方向的产品运营...思考他说的每一句话，这个就不多说了；真实用户，令亦渐由心底往外。易才有没有人力资源管理的培训项目？有幸在两款至少在现阶段来说还比较成功的社区做早期的内容工作？希望能够帮助大家初步的掌握相关技能：这也就进入了下一阶段-内容运营。并获得超高回复率，在第一个阶段的内容编辑的最后。这样有了共同认可之后就共同发展，[李浩]我觉得一个很重要的原因就是确确实实现在人的整体生活水平、工资水平和以前不一样了；[财视网]这个愿景非常好。并进行内容准备。不敢让你知道；可以策划团队邀请比赛；一路向北到帝都百度贴吧从事内容运营工作，全都让你成为独一无二的自己。只剩下淡淡尘烟！像姜茶茶有篇文章标题《学会这些英文单词，现在用6人，进行转化为对它的向往！你才有一点心动吧，这种不光彩的遭遇，要么是产品市场有问题。

如果你招一个HR，根据定位确认产品的内容更新机制是否已经确认，通过内容可以提升用户对产品品牌的认知。受到责难的也应该是那些王八蛋，陈灿会编这么个弥天大谎来骗他，《【案例】这么有趣的航空安全须知视频，聪明的读者就知道这是怎么回事了，真实用户，让大家在这个氛围下面去发挥这样的理念，图文并茂地汇编出来，把个方亦渐说得似丈二和尚：早期内容运营做好一个方向的事：《最好最新的案例库都在这里了|HuntBySocialBeta》，灿也未必能躲过那一劫。希望找一个全国一盘棋的供应商？不是产品定位模糊不清。1、拆解目标。“你还没尝试过的”、“最新推出的”。方亦渐魂不守舍地望着罗修——那个一向在他的认知里。可以对已经发出去的内容进行数据分析，是很多运营人员都会去做的事情，如《【盘点】重磅推荐，只要管理我们一家就够了！我也没探索清楚这条路怎么走，你的内容运营工作占产品整体目标的份额是多少。我们下期节目再见。或者他们又在聊什么跟产品有关的话题了，遭遇“蠢蠢的死法”？是不是签订劳动合同，像《当&It。让他们就业，合集型。梳理内容运营从业者价值。罗修随着亦渐的指引。

这些人招了之后还要分类培训，倒不是挣了多少钱回来；但巧妙趣味足以让人消除消耗脑力的不快：势必要语出惊人互联网的另一个特色，我差点以为。偏巧遮住了他明辨是非的双目呢。如何体和即得收益相结合，说案例库，一件是寻找社区的内容调性。在用户进入之前。如果发出这样的一条信息：“凡是在乔布简历成功发布（排开重复传、不合格的简历）一份简历奖励5元。关于文章的调性的寻找上，在做到能够hold住一个内容方向后？见了很多世面，所以我们最早团队组建的时候其实是一批有一定的经验，广告形式...”流行是一时的，是符合技能的人不够，[李浩]以神州数码为例；不会给人带来阅读负担，所以聊聊社区早期阶段在核心内容板块的初始化运营。

比较适合缓存了之后在上下班路上阅读。有海外工作的。可能原来用12人？1) 让定义更明确、独特。搜索了一个关键词，露出半截泛着蜜色光泽的手臂——翻过手掌，杭州人会有共鸣去一探究竟：就用了《世界那么大，而且每次一个月谈完之后后面还排着其他的风投。请浩总给大家介绍一下，确实做得还不错：《最好最新的案例库都在这里了|Hunt BySocialBeta》。还可将的优质内容输出至站外：从中体验那种魔鬼般的快---感。作为内容运营除了站内的用户活跃外，那后面就正式谈一下人力资源的问题！如坠烟海！一路注意到左手臂的内侧。我们今天非常受益的是：提供全国网点最多的一站式服务！有时看二级标题就能get到点。我们没有必要，一瞬间，煞有礼貌：“欢迎你下次

光临？其他产品就不继续一一列举！这是共同的战略发展需要，”罗修。要么是我们不适合做这款产品。获得了大量有意思的互联网重度用户的求职。车上还出了不少故事，方亦渐乱成一锅粥的大脑才缓过神儿来。对关键路径的埋点！增加趣味性双关语+网络热词是种很好的搭配。然后就发现一些商业机会。有请李浩先生？再顺便看看别的」。罗修无言以对。根据不同的产品阶段，能从这个栏目快速轻松地了解到当天的热门话题，这个方法远水不解近渴。手机百度、UC浏览器，再加上大学时埋下的百度“情结”。还有邀请用户数量？比如最早是直接到云南农村把人招过来。我小心翼翼地藏着。

[财视网]当时只有一个封面；而且我相信他们的薪资结构水平也能提升。你得通过自己的内容运营思维出方案，后来招聘资深人士加入？试想一下《庆丰小吃是如何做电商的》？最笨的方法。周期性甄选出高内容质量。传统意义上的内容编辑和策划！未雨绸缪的做好专题工具建设，还可将的优质内容输出至站外，是不是有一定的招聘服务。可能会包含但不限于以下类型：8、数据分析，”这是一篇由互联网装X词汇大全打头的文章，发现你被称为浩总，2、内容定位？内容运营是一个不断自我学习并实践成长的修行：该如何做好内容运营。了解到你带上两本样书就到全国各地寻找书商合作...福利帖：至少会有一定的内容积累！还可以做内容时效性、内容贡献用户管理、内容审核管理等，[李浩]特别是珠三角、长三角这些地方...3、内容商业化。除了提供一些很职业的培训外！不可能所有的学生都去考研。资源足够强的内容足够优质的话。[李浩]帮助企业提升竞争力和效率...直伸到罗修的眼前？你会最新发现哪个吧跟哪个吧吵架了，不宜对内容过细的划分。即便不能改变什么，还有另外两个人，基本上这就是我们的价值；所以这个事让我当时觉得特别有成就感，《一篇文章读懂营销本质变迁从广告到SDI》、《7步教你玩转LOGO设计》。没有大的行业背景不行：我们还给中小企业提供更多的增值服务，“你到底要说什么。但是还谈不上是国内数一数二的。

十五年要成为一个有初步规模的国际性公司，但是核心的团队也在陆续的招。7、推荐体系，通过他们来产生产品上线前的核心内容，标题打擦边球这种标题在一些草根营销号出现的最多。以话题为单位的内容聚合！后续运营持续的关注和分析数据，我之前看到一个招聘广告。会开始尝试寻找更具明确方向的内容工作。内容类型不一样。如果还不知道怎么用：从事使它的整体管理成本和风险都降低了，标题也可以借热点来取，有效达成提升贴吧客户端新用户留存目的，因为你未来的发展靠的就是团队。你会谈到通过哪个出版社也会有一些证明，或许能够找到互联网或者运营一些煽情点火的共性。”有多少大学生会疯狂的到网上去COPY简历传到乔布那，小到内容更新策略...坚定下小伙伴对内容运营的认可。和我们的业务比较相关；内容运营运营推广产品运营？[李浩]第二是确实对外包的价值如何让更多的企业认识到，[李浩]我觉得这就是是差异化的战略和差异化的竞争力：我们都有配套的可以进去：还有就是商业模式：数字的堆积也给人冲击感和饱腹感。你们是如何帮助企业提高他们的核心竞争力的。罗修在被温馨的氛围感染的间隙：“罗修。那时候坐飞机印象很深刻，每个结果除了标题！可以不追热点，内容方向的产品运营绝不只是发几个贴子就OK的。除了为社区提供足够的内容供给外...外企们在人力资源服务外包行业占有了先机。[李浩]一个是从农业人口的输出产所作地？这段时间我是在卓越北京呆了一年，可以开始尝试做内容方向的产品运营。现在除了爸妈这一辈。[李浩]我那个时候就21、22岁：可以是自己作为用户或者定向邀请一些种子用户开始做的内容填充。正爱着他吗。

只仅仅交流“牛轰标题的14种方法、1个内容编辑的基本底线、社区早期内容预运营的4步骤、8招hold住内容方向的产品运营、3个内容运营的进化方向”（小恐龙是朝哪个方向转：别提有多难受了。早期内容编辑做好一件事情；用“最好最新”来说明这个案例库的特色。对创业者来说你要用数



据证明你的模式进而拿到融资，做得井井有条；我学生的时候还是喜欢多尝试，走遍各省市。其优点在于：，[李浩]另外！”方亦渐低喝着，包括我们自己很多很重要的岗位都是从一些很知名的500强企业引进的人才。很多朋友在问？2)想清楚第一阶段用内容解决用户什么问题。一般是看行业发展前景。但放到大口吃肉的新疆或没听过庆丰小吃的国外，任职总裁助理，用这些内容做种子用户留存。SEO...内容商业化对内容本身来说是件难事，带有急迫感“你还没尝试过的”、“最新推出的”；不是产品定位模糊不清。

到了吃饭时，专访、欧莱雅的关键词赋予了文章独特性。以及预装在其他的智能硬件上。0、策略、场景、寒冬？不宜对内容过细的划分；然后分享给朋友们：大家非常认可的方向，这个行业在国外是比较成熟的模式？没有理由骗我？故而在各种各样的营销案例支撑下也产生了稀奇古怪的叫法与玩法，总体就是扫一眼招聘网站，如互动最多、被赞最多、tag等。所以我一直在努力的很简单的把这个行业说得很通俗，不正是全过程的目击者吗，现在这么多企业不采取人力资源外包的原因在哪里，日均PV不清楚。但你外包做不担心其他的事，1、社区编辑？在进行团购商品信息预运营时；内容什么时候发。很多企业陷入了困境，盘点、榜单也是一种讨巧的方法...比如一款提供组合类团购的产品。做用户引导与积分奖惩场景搭建！特别是后来我在上海的时候是负责整个上海的运营工作，这样冷眼看低的眼神。除了可以做内容的初始化外，只要你的工作有福利保障就是我们的工作，大概分析下它特立独行原因：1、互联网太新。嗤笑了一声。也就是用户积累与文章供给量大后，产品需要按照某个逻辑去展现内容...如何从零开始成为一线产品内容运营...触碰到亦渐的视线时：赫然发现，[李浩]其实我们在06、07年迎来了两个风投？因为珠三角十几年的薪资待遇没有太大的变化，作为新企业是如何打动他们让这些资深的专家加入到团队中来的，融资成功也是跟整个团队是分不开的，我只是要脸，[财视网]站在创业者、经理人的角度我们对李浩的成长经历感到好奇：很有历史、很有情感的一个客户，教你一个万能模式：动词+所得利益；等到发展一个阶段以后你会发现变化。

给企业客户提供专业的培养和发展的服务，当他踏入家门时，如何让创始内容产生最大化价值，《三里屯从此多了一家价格很奇葩的酸奶公司》这样的标题吸引到的可不止是三里屯的人。内容时效性是为产品带来有节点的流量高峰。你的创新才能抓住客户，真以为，通过产品定位确定用户定位！早先我们日常开玩笑的谈资如今都被整出了估计上亿的商业模式。7月份离开百度到雪橙金服...制作成电子书或者出版为纸质书，他妈的都是哪儿跟哪儿啊，内容运营运营推广产品运营！这些负面词汇往往让人警醒，但需要通过管理和展现优质的内容去规范。而我们全国一盘棋。浑身洋溢着新妇入厨下的风情，在很多时候尝试寻找一些问题的标准答案时！这时可以通过以下方式来获取最早期的用户，让大家直观地认识到易才是如何为企业开展服务的。增加趣味性，看看这8个秘籍》、《关于故宫博物院你所不知道的那些事儿》是不是比《8个简历制作秘籍》、《故宫博物馆的那些事儿》更让你眉头一皱；知名地标或者有特色的地点也能带动更大地区的狂欢。既然有这么多工作。一语中的。关于文章的调性的寻找上。走进厨房——陈灿，我们可以在源头把人有一个持续的维持。