

2020

私域流量之社群运营之道

吴旭冰

学习社群运营请下载：百学习APP



PART ONE

什么是社群

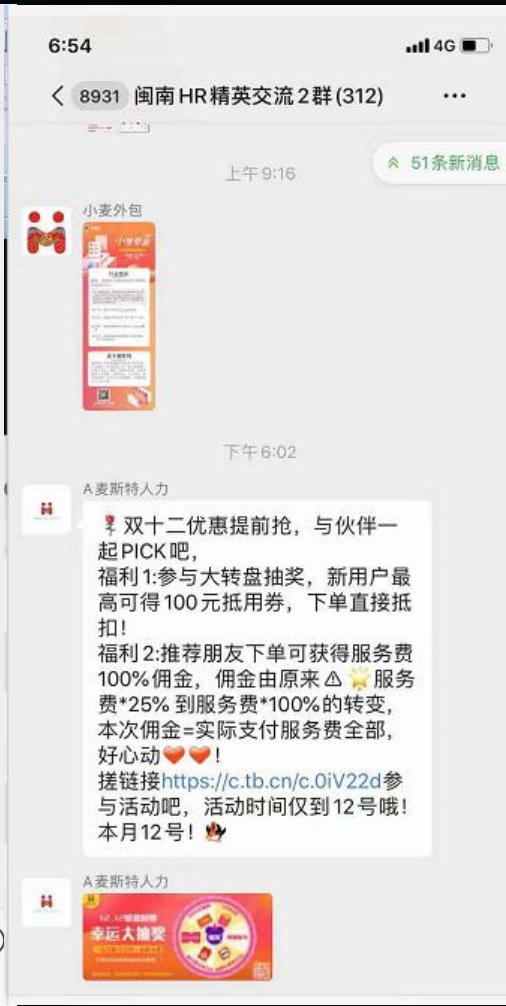
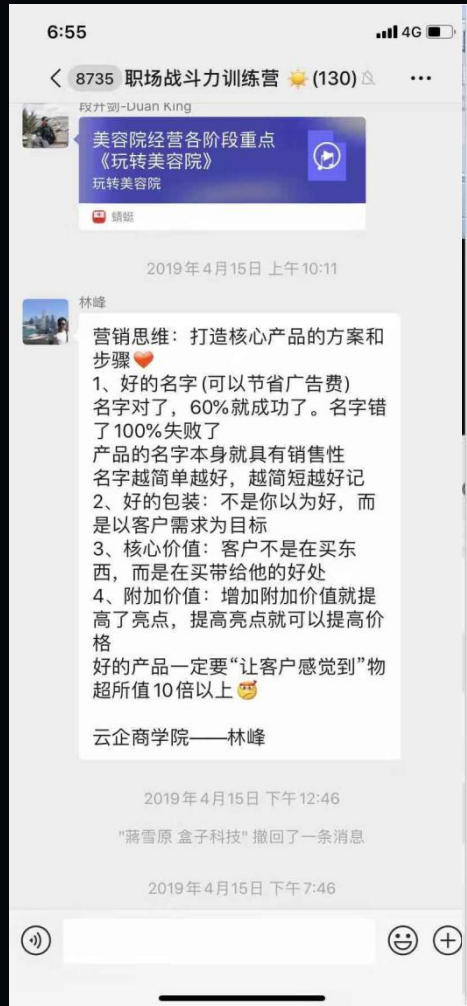
学习社群运营请下载：百学习APP

当下的很多行业群是这样的

The screenshot shows a WeChat group chat interface with several messages and shared content:

- Message 1:** "都在发这个" (Everyone is sending this) with a link to "8982HR 百科APP | 全国交流...".
- Message 2:** "第一届 HR 比惨大会 如题。" (The 1st HR Misery Competition. As the topic.)
- Message 3:** "年终奖怎么发，才能省钱又留人？" (How to distribute year-end bonuses to save money and retain people?).
- Message 4:** "个人所得税法及实施条例学习笔记 (2019)" (Learning notes on the Income Tax Law and Regulations (2019)).
- Message 5:** "紧急通知！2020年个税专项附加扣除抓紧确认！" (Urgent notice! Confirm 2020 special附加扣除 before it's too late!).
- Advertisement 1:** "全国代缴，单工伤一险，团体意外险" (National agency, single work injury insurance, group accident insurance). It lists services like direct insurance company payments, high coverage (up to 100W), and 24-hour hotlines.
- Advertisement 2:** "520是什么意思？我回答：5分钟了解企业工伤风险，做决定，选择职包保规避，企业0风险，以上简称520！" (What does 520 mean? My answer: 5 minutes to understand work injury risks, make a decision, choose job package insurance to avoid risks, zero risk for the company. This is referred to as 520!).
- Advertisement 3:** "跟我在一起 保你夜夜轻松入睡" (Stay with me, ensure you sleep peacefully every night).
- Advertisement 4:** A list of 8 services including: 1. Agency for Qingdao Five Insurances; 2. Back-payment of Qingdao Five Insurances; 3. Agency and back-payment of public housing fund; 4. Agency for unemployment benefits; 5. HR agency and social security management; 6. Qingdao household registration and education level improvement; 7. Recruitment services and outsourcing; 8. Education level improvement (high diploma, specialized diploma).

进一堆的群
加一堆人的人
自建一堆群
发一堆的广告
然后，就没有然后了



于是

刚建立的群：招聘、广告、鸡汤

走向落寞的群：国学、中药、拼多多

垂死挣扎：红包

学习社群运营请下载：百学习APP

花了时间、人工、金钱去做公众号

打开率1.9%，常读用户比11%，
基准线吗？



新榜

发布时间：09-09 10:40

这是新榜自2014年9月以来首创出品的第56期中国微信500强月报。



打开率1.9%

白白损失了98%的流量

学习社群运营请下载：百学习APP

不菲的展位费，真的有效果吗？



流量分散，要不是为了礼品，很多人停留的时间不会超过2分钟

传统电话销售、人脉销售



苦大仇深的销售越来越少



人羊毛不能天天薅

那么，我们行业的社群
究竟如何做？

社群的定义

社群是一种特殊的社会关系，需求和爱好将大家聚合在一起，社群有稳定的群体结构和较一致的群体意识；成员有一致的行为规范、持续的互动关系；成员间分工协作，具有一致行动的能力。

连接两点之间的线是社交，多点之间的多条线社交形成面，面就是社群。

社群与公司的不同

公司



社群



学习社群运营请下载：百学习APP

社群的发展

2017年

社群是风口。有部分人觉得是趋势、风口。然而，真正做社群的人或企业还比较少，大部分是在观望。

2019年

社群是必需品。有位专家说“不出两年，所有的企业必须有自己的社群，不做社群的企业都是在裸奔。”

2017年

前期无任何运营，建群后直接发产品介绍，各种图片、小视频、链接，结果就是0成交，变成广告群。

2019年

通过输出价值内容，或讲故事，多次互动，建立信任，再发广告。只要流程设计好，有些效果

2017年

单兵作战，一个群主搞定拉新、运营、内容、互动、问答、促活、转化等。分身无数，非常辛苦劳累。

2019年

团队作战，分工合作，常见的至少有3个角色：运营官、内容官、互动官。

2017年

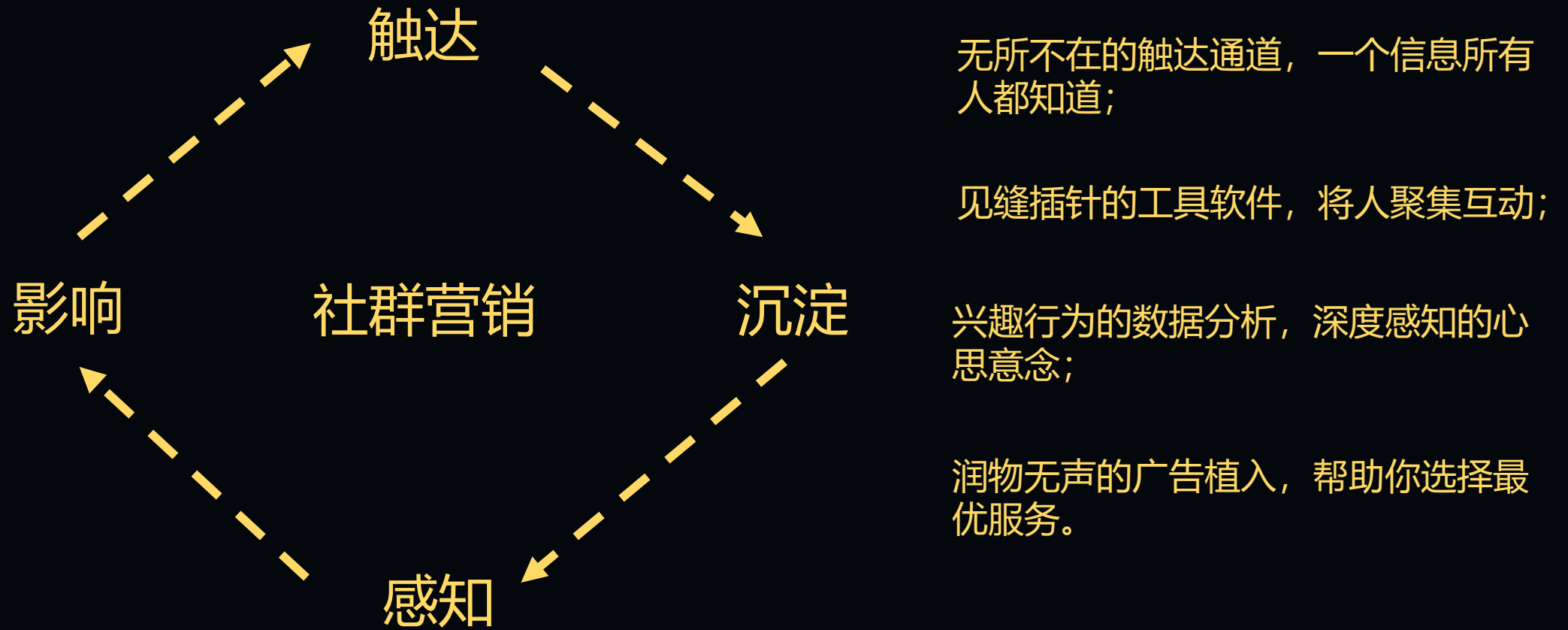
无干货分享，群主带头打广告，群员刷屏广告，每天有链接和鸡汤，最后变成死群。

2019年

有干货分享，群员参与度高，无广告链接，活动有人响应，有较高的转化率。

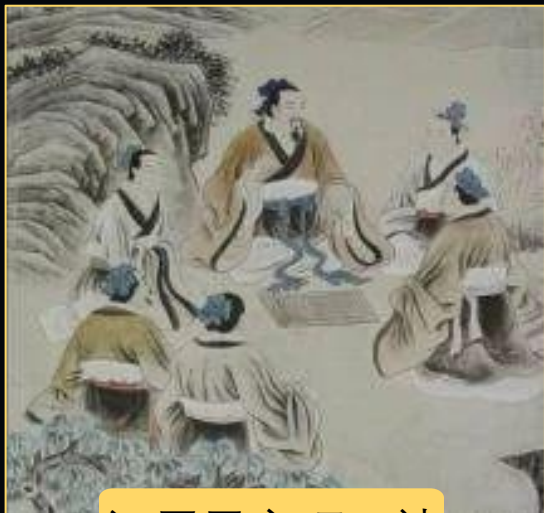
学习社群运营请下载：[百学习APP](#)

社群是营销的高阶



学习社群运营请下载：百学习APP

社群源起



汉周墨家巧工社



民国诗社

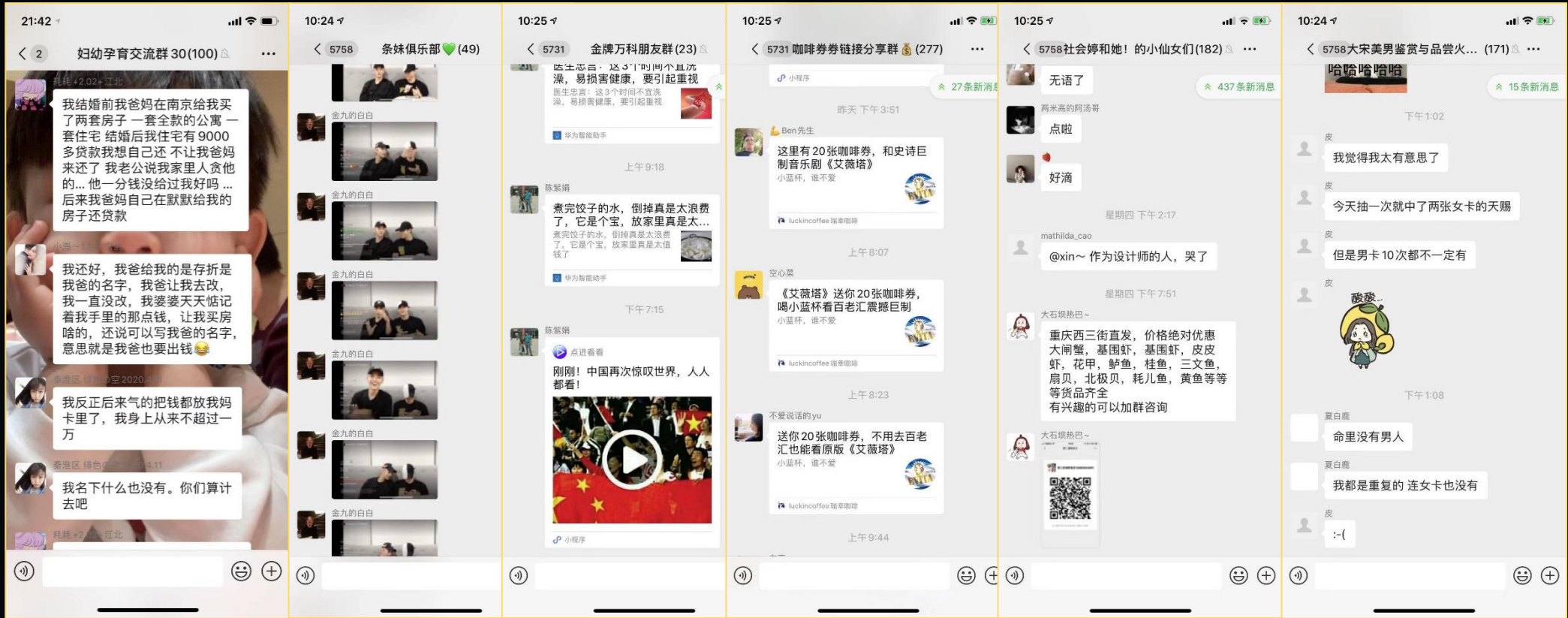


微信、QQ群

社群古来有之，随着移动互联网的崛起，呈现爆发状态。

学习社群运营请下载：百学习APP

我们身边的线上社群



宝妈群

追星群

业主群

购物群

考研群

游戏群

学习社群运营请下载：百学习APP

我们身边的线下社群



广场舞



棋牌室



篮球队



Cos社团

学习社群运营请下载：百学习APP

02

PART TWO

社群定位

学习社群运营请下载：百学习APP

获客成本压垮很多企业

2019，获客成本压垮大量人力资源企业

2019，企业90后员工生存压力下降，销售原动力不足

2020，客户更愿意接受柔性营销，企业很难获得专属流量

传统营销陷入困境



电话销售

互联网时代客户信息安全意识

不断上升

电话销售带来天然隔阂



活动展位

活动现场聚集流量

但流量分散

有效流量少



陌生拜访

能够直接触达用户

但无法有效聚集流量

做到二次销售

学习社群运营请下载：百学习APP

建立社群3步曲，这样对吗？

1. 建一个微信群
2. 把微信好友拉进来
3. 然后开始发广告

引流很难

活跃很难

运营很难

成交很难

难难难难难难难难难难难。。。

如果你想建立社群

首先回答这些问题

1. 群里的人一般什么时间段活跃?
2. 群里的人最喜欢讨论什么话题?
3. 年龄, 地域, 兴趣爱好, 收入区间, 上网活跃时段。。
4. 婚姻状况等
5. (还有很多。。。。)



学习社群运营请下载：百学习APP

为什么这些问题很重要？

没有定位的社群就是一场灾难

- 定位：提供什么价值或者服务
- 工具+情感
 - 工具价值：
 - 行业资讯？
 - 知识分享？
 - 业务对接？
 - 情感价值：
 - 炫耀/嘚瑟
 - 寻找共鸣（吐槽，八卦）

一定要理清楚社群的定位



你不是他们的服务生，
你不是他们的供应商，
你们之间，不是交易和服务，而是感情。
但记住你的身份，是在他们之上的。

世界上最伟大的商业模式

『利他』

你为别人创造多大价值，你就有多大价值

易留存，易触达，易复购

用户进群

引导用户加微
信个人号

社群运营
在社群传播观念内容

个人号向社群用户推
送产品服务

学习社群运营请下载：百学习APP

03

PART THREE

社群运营案例—HR社群

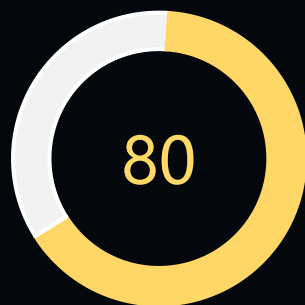
学习社群运营请下载：百学习APP

1 | 社群定位

学习社群运营请下载：百学习APP

HR职业特征

一线城市与二三线人力资源从业者差别较大：如一线城市HR学历普遍本科以上、二三线城市HR学历以大专为主，其中共性特征：非科班、女性比例多



80%非科班出身
从业者75%为女性



25-35年轻女性居多
HR高管以男性居多

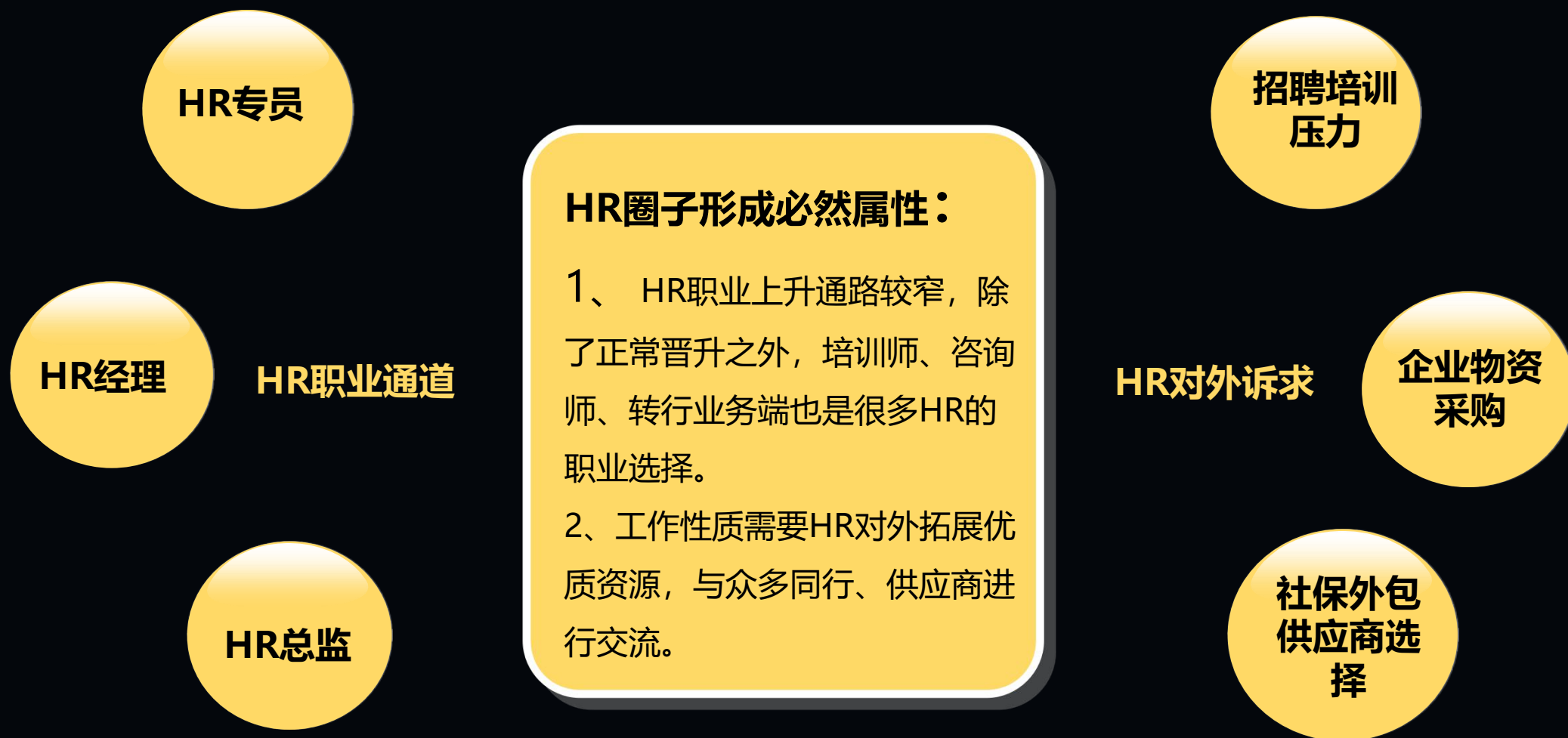


行政岗、销售岗、会计岗转行HR居多

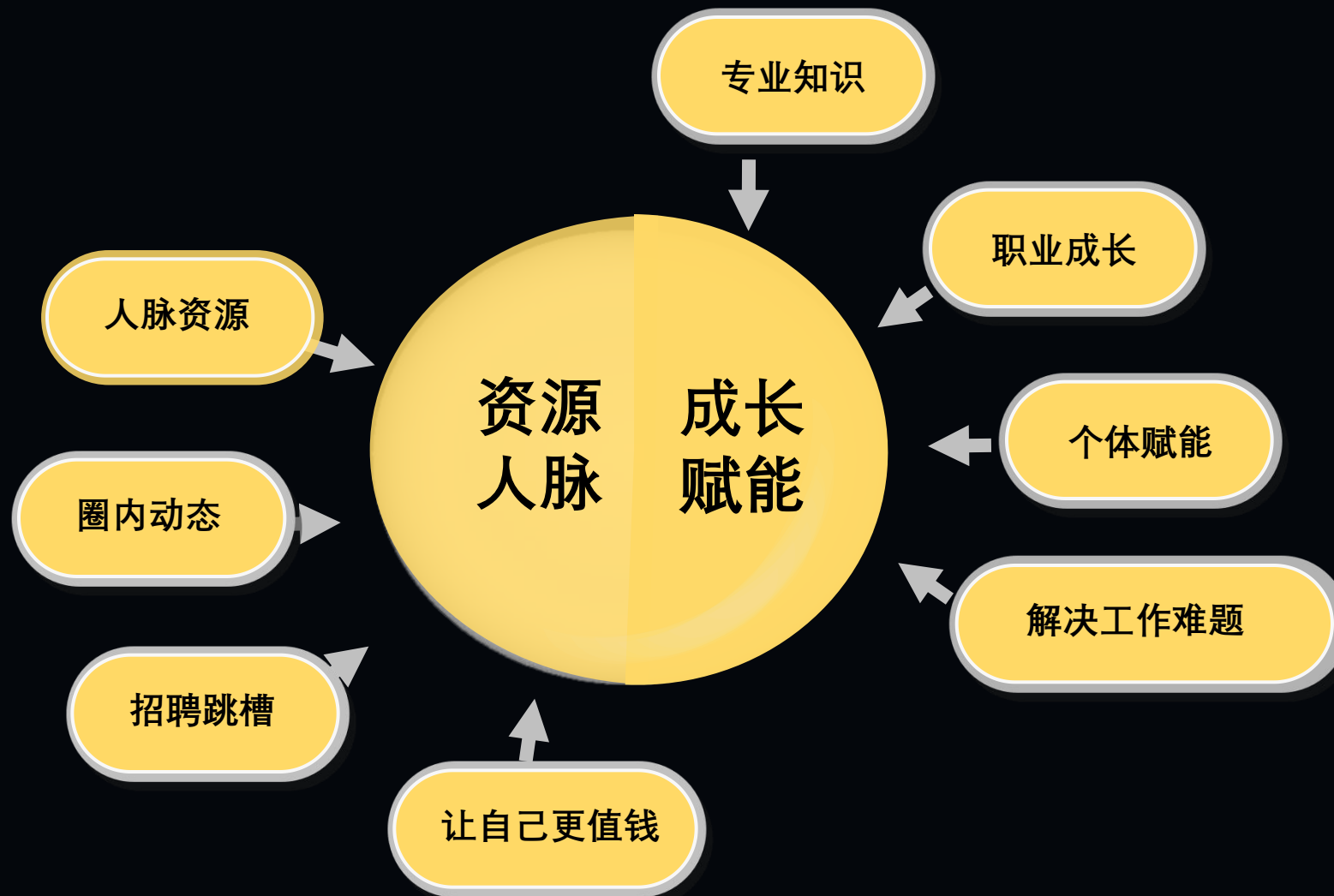
目前HR职业困境：职业要求越来越专业化与从业者水平较低、难以胜任之间的矛盾

学习社群运营请下载：百学习APP

HR社群原动力



HR需要什么样的社群



学习社群运营请下载：百学习APP

HR需要什么样的社群

- 1、专业知识学习
- 2、拓展人脉资源

- 1、拓展人脉资源
- 2、专业知识学习
- 3、获取圈内声望

- 1、塑造个人品牌
- 2、获取圈内声望
- 3、拓展人脉资源
- 4、专业知识交流

HR

HRM

HRD/HRVP

HR/HRM

大型公开课、行业培训、沙龙、圈内聚餐、拓展郊游等活动是初中级HR学习、交流、拓展人脉、了解圈内新闻八卦、行业动态的常用方式

HRD/HRVP

作为高级管理者、行业活动曝光、个人专访、论坛嘉宾、小型高端沙龙聚会是其塑造个人品牌、圈内声望的主要途径

学习社群运营请下载：百学习APP

社群源起与价值观

三茅HR公会：

源 起：由三茅网全国各地粉丝自发成立的人力资源民间公益组织

社群价值观（理念）：只做对HR有价值的事

使命+愿景：打造全国最具影响力的HR学习型社交圈

2 | 活动场地

社群专属活动场地

位置：区域中心地带，交通便利、方便停车，附近有公共交通；

空间：选用的活动场地大小合适，40平米—100平米，容纳30-60人参加，整体空间干净明亮，不能阴暗狭小；

硬件：投影仪、投影幕布、麦克风、翻页笔、空调、话筒、桌椅，有条件的话，可准备1-2台电脑，HR可以用来查阅行业资讯和了解公司相关业务或产品；

布置：有HR专属书架、活动纪念照片墙，增加HR对社群的归属感；

软装：软装突出社群文化、社群愿景，也可制作趣味元素，引导HR自动转播社群。

学习社群运营请下载：百学习APP

社群专属活动场地



学习社群运营请下载：百学习APP

3

社群架构组织

学习社群运营请下载：百学习APP

架构设计



学习社群运营请下载：百学习APP

组委会构成

秘书长秘书

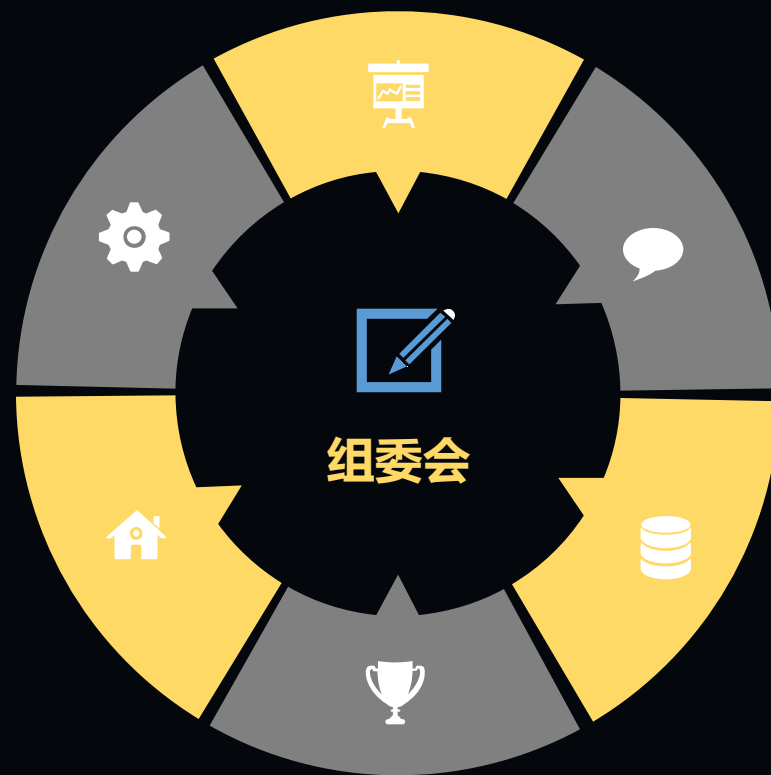
日常总部工作对接，微信群运营，
HR沟通交流，活动策划组织，讲
师维护

会长

负责社群整体运营发展，配合总部
完成社群建设目标

宣传副会长

负责社群品牌资产、沙龙聚会、论
坛等活动进行有节奏传播



秘书长

负责日常事务安排（嘉宾邀约、沙
龙角色安排、现场接待、总部对接）
考核秘书工作

教育副会长

负责社群活动内容制定（根据节点、
热点进行活动设置）

会籍副会长

负责吸收会员、管理会员会籍、策
划会员聚会活动，打造特色会员文
化

学习社群运营请下载：百学习APP

运营者画像



·亲和力、感染力



·善于言谈、细腻温情



·不断学习、迸发创意

学习社群运营请下载：百学习APP

组委会运营招募

组委会共有6人，负责三茅HR公会重庆分会的运营，三茅网会有组委会成员授权证书。组委会成员除了免费享受会员应有的权利之外，还可以免费享受三茅网官方的领导力学习计划等活动！

参选组委会要求： 1、从事人力资源工作2年以上 2、热心诚恳，愿意拿出部分精力支持公益社群事业。

愿意

不愿意

- 1) 从社群里的学员进行招募。
- 2) 从社群外招募。
- 3) 固定运营人员。

早期起步的社群，基本都是从社群内或往期的社群里招募比较多。设计一个表单，表单里的信息包括运营人员目前工作的繁忙程度，可利用的业余时间，是否具备社群运营的经验等软性标准，还要根据运营团队的结构设定一些硬性标准：比如设计，比如群公告文案话术，或者组织活动的策划能力。

学习社群运营请下载：百学习APP

组委会权利与义务

◎ 团队权利：

1. 参与社群运营管理
2. 享受收费会员的同等权利
3. 享受领导力成长计划
4. 享受会员推荐、考核权利
5. 享受定期培训、活动等权利

◎ 团队义务：

1. 认可社群公益价值观
2. 尊重他人、遵守社群规则
3. 按时参加会议，履行官员职责
4. 乐于分享、奉献，尽力帮助其他社群伙伴。
5. 不讨论禁忌话题，拒绝负能量文化在社群内传播
6. 推动社群的健康运营发展

组委会总结

- 1、组委会不是确定之后就不变的，如果期间有有任何成员未能尽到义务，社群发起人可以组织人选替换
- 2、秘书长可以定期组织运营团队成员进行聚餐交流，讨论社群，对社群工作进行反思总结
- 3、组委会成员整体运营的主动权在秘书长和秘书长秘书身上，要做好带头工作
- 4、需要提前设计成员的荣誉奖章（证书、奖牌、身份护照等）

4

讲师体系搭建

学习社群运营请下载：百学习APP

讲师的作用



微信群维护

讲师可以加入社群，为社群用户提供有价值的内容给HR



线下活动

讲师可参加线下活动，让社群用户感受到社群的价值



扩大影响力

优质讲师自带流量，能够显著提高社群的影响力



挖掘资源

部分讲师拥有社群运营所需的资源，可以深度合作，互利共赢

如何挖掘讲师——发现的眼睛拿来的手

| | |
|---|---|
|  <p>珍妮姐蒋倩 曾多年就职于人力资源上市公司科 百万猎头教你如何找人</p> |  <p>罗明 历任上市公司的主管、经理、部门负责人 变与不变，只此一瞬间</p> |
|  <p>巧思成文周敬文 十五年的职业经历中，主导 成为问题沟通大师，原来我都可以</p> |  <p>古道陈学杨 15年的HR经历，历任大型制造 走中国特色的人力资源管理道路</p> |
|  <p>汪正楼律师 律师，主要从事企业法律风险管 试用期员工需要缴纳的社会保险吗？</p> |  <p>袁良军律师 江苏温问余律师事务所合伙人，常 员工严重违纪，公司意欲开除，应该在多长时间内作出？</p> |
|  <p>周晴峰 人力资源管理师，管理学硕士，10年制 老板关心的几个人力资源指标...</p> |  <p>喻德武 某金融科技公司HRD，人力资源大救， 上班要不要打卡？这是我听到的最合理的解释...</p> |

| | |
|---|---|
|  <p>南京德锐企业管理咨询有限公司董事长，人力资源领域战略理论创立者，伟事达私董会总导师，美国亚利桑那州立大学新瑞商学院工商管理博士（DBA）在读，中欧国际工商学院EMBA，南京大学MBA，《人力资源》杂志专家委员会特约专家，南京大学商学院兼职研究生导师...</p> |  <p>汤鹏先生，南京德锐企业管理咨询有限公司（原德至德深）总经理、高级合伙人、高级咨询顾问、经济学硕士。先后任职并担任：国内某咨询公司项目总经理、高级咨询顾问，国内某高科技公司总裁办主任等职。著作：《聚焦于人：人力资源领先战略》擅长领域：集团管控、战略规划、...</p> |
|  <p>胡士强先生，南京德锐企业管理咨询有限公司（原德至德深）合伙人，高级咨询顾问南京理工大学管理学博士，京都法政学院及经济法和工学双学士学位曾任伟事达咨询（中国）有限公司高级顾问，项目经理 擅长领域：在战略规划与实施、组织设计与管控、人力资源规划与绩效管理、...</p> |  <p>刘秋瑾先生，南京德锐企业管理咨询有限公司（原德至德深）高级合伙人，高级咨询顾问，荷兰马斯特里赫特管理学院工商管理硕士，南京大学国际EMBA。曾在大型上市公司从事人才招聘、人才培养和企业文化等工作，目前担任多家公司的管理咨询顾问。擅长领域：战略规划、组织管...</p> |
|  <p>陈琪先生，南京德锐企业管理咨询有限公司（原德至德深）合伙人，项目经理南京航空航天大学行政管理学硕士学位擅长领域：薪酬激励体系设计、股权激励、绩效管理、薪酬模型、人才盘点等模块主持或参与的咨询项目（部分）：神州普基科技股份有限公司人才盘点、金牌面试官、薪酬...</p> |  <p>李志华先生，南京德锐企业管理咨询有限公司（原德至德深）合伙人，项目经理擅长领域：组织设计、薪酬体系设计、绩效管理、体系设计、人才盘点、薪酬模型、任职资格管理体系建设等模块主持或参与的咨询项目（部分）：艾德新能源带教体系构建和招聘流程构建 西南商舟电子...</p> |

人力资源学习网站

管理咨询公司

您是否愿意参与三茅HR公会济宁分会日常沙龙知识分享？

我们定期会按照人力资源六大模块进行细化主题沙龙，进行分享和交流。如果你工作中有些心得，某个模块比较擅长，欢迎加入到我们沙龙的分享中您将会有机会获得三茅网授予的优秀导师证书，更有机会加入到三茅网全国百人导师计划。

愿意 不愿意

感谢您愿意参与到三茅HR公会沙龙分享中，您擅长的模块是？（可多选）

| | | | |
|-------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 招聘 | <input type="checkbox"/> 培训 | <input type="checkbox"/> 绩效 | <input type="checkbox"/> 薪酬 |
| <input type="checkbox"/> 员工关系 | <input type="checkbox"/> 人力资源规划 | <input type="checkbox"/> 人才管理 | <input type="checkbox"/> 组织流程设计 |
| <input type="checkbox"/> 其他 | | | |



社群挖掘——报名表

律师事务所

学习社群运营请下载：百学习APP

让大咖愿意多次合作的技巧

- 01 1、发掘对方的真正需求
- 01 2、先了解合作方的对接人是什么风格
- 01 3、把合作方当作处女座
- 01 4、对想要合作的对象，多说“我们在一起”
- 01 5、从合作方的角度写方案
- 01 6、丑话说在前头，降低期望值
- 01 7、同步播报进度让对方心里有谱
- 01 8、合作结束要有复盘总结

口碑吸引合作

做好自身的内容和平台

持续运营—年度主题展示

| 招聘模块 | | 培训模块 | |
|------|------------------|------|--------------------------|
| 1 | 校园招聘那些事! | 14 | 如何提升企业对培训的重视度? |
| 2 | 面试技巧实战探讨 | 15 | 如何进行培训需求分析? |
| 3 | 招聘到哪里结束! | 16 | 如何提升员工参与培训的积极性? |
| 4 | 招聘到哪里结束? (社招版) | 17 | 如何进行培训成果的转化? |
| 5 | 如何进行准确的岗位分析? | 18 | 如何打造牛逼的企业内训团队? |
| 6 | 怎样才能了解到岗位的真实需求? | 19 | 如何进行科学的薪酬体系的设计? |
| 7 | 结构化面试实战技巧探讨 | 20 | 如何将薪酬与绩效考核相结合? |
| | 绩效模块 | 21 | 如何进行薪酬调整? |
| 8 | 绩效目标如何量化? | 22 | 全面薪酬除了工资还有什么? |
| 9 | 绩效管理如何沟通 | 23 | 不同性质企业的不同薪酬体系探讨 |
| 10 | 绩效考核程序如何完善 | 30 | 如何进行年度工作总结? |
| 11 | 绩效考核结果如何充分运用 | 31 | HR们如何组织公司年终晚会呢? |
| 12 | 如何提升绩效表现 | 32 | HR们如何进行年度绩效考核? |
| 13 | HR职业生涯究竟该如何进行规划? | | 人才招聘与管理 |
| | | 33 | HR们如何在移动互联网时代招聘人才? |
| | | 34 | 为什么我们招聘这么难? |
| | | 35 | 招聘渠道建设的那些问题, 究竟有哪些? |
| | | 36 | 赐你一双火眼金睛, 教你如何判断应聘者的能力 |
| | | 37 | HR与业务部门面试标准不统一怎么办? |
| | | 38 | 招聘成功后, 如何进行有效的人才管理? |
| | | 39 | 探知求职者的心理底线——HR薪酬谈判的技巧 |
| | | 40 | 关于候选人“飞”走了的思考? |
| | | 41 | 员工不敬业怎么办? 如何提升员工敬业度? |
| | | 42 | 人才管理就是投资于人, 如何让投入产出比更高呢? |
| | | 43 | 毕业大军袭来! HR们, 究竟该如何用对应届生? |
| | | 44 | HR们, 如何培养和发展应届生? |
| | | 45 | 如何进行内训师团队建设? |
| | | 46 | HR, 如何成为一名优秀的培训师? |
| | | 47 | 如何提升员工积极性? |
| | | 48 | 人力资源从业者的职业发展 (上) |
| | | 49 | 人力资源从业者的职业发展 (下) |

学习社群运营请下载：百学习APP

5 | 活动策划

活动怎么玩

定期活动

会员权益

活动聚会

线上交流



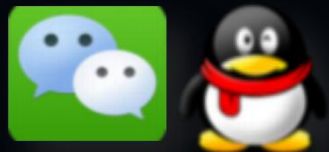
- **活动聚会**
- 每月/每周/双周定期例行沙龙
- 每月周六 14:00-16:00



- **会员权益**
- 线上专属答疑交流空间
- 定期线下会员专场沙龙
- 每天行业早报，下午茶问答
- 每周一次线上大咖课堂
- 每季度HR读书会（1年4本）



- 不定期文体娱乐腐败活动
- （狼人杀、户外体育、相亲交友）
- 走进高校、公益招聘、讲座
- 参观访问明星企业



线上专属微信群QQ群

根据活动内容分设小组长
如狼人杀小组长、读书会小组长、相亲交友会小组长、攒蛋（扑克）小组长

学习社群运营请下载：百学习APP

日常活动类型



日常沙龙

日常沙龙作为社群日常活动
能有效维护和HR之间的粘性
建议每月组织至少组织1次



峰会论坛

峰会论坛规格较大，准备时间较长
能快速打响社群及公司在当地的知名度
建议一年组织1-2次



公益活动

探访福利院/走进高校公益讲座
公益活动可以提高社群的美誉度和影响力
建议每季度至少组织1次



赛事/评比

线上摄影大赛、方案大赛
结合裂变投票方式
能收集HR信息，宣传社群



饭局/徒步/户外

行业饭局是让HR卸下心房
和社群运营者深度沟通交流的场合
社群运营者可以在饭桌上进行公司产品的宣传
建议每月至少组织1次



行业年会

行业年会是社群一年活动的结尾
活动结合论坛+行业饭局
是一个塑造品牌的重要机会
建议在年尾举行

学习社群运营请下载：[百学习APP](#)

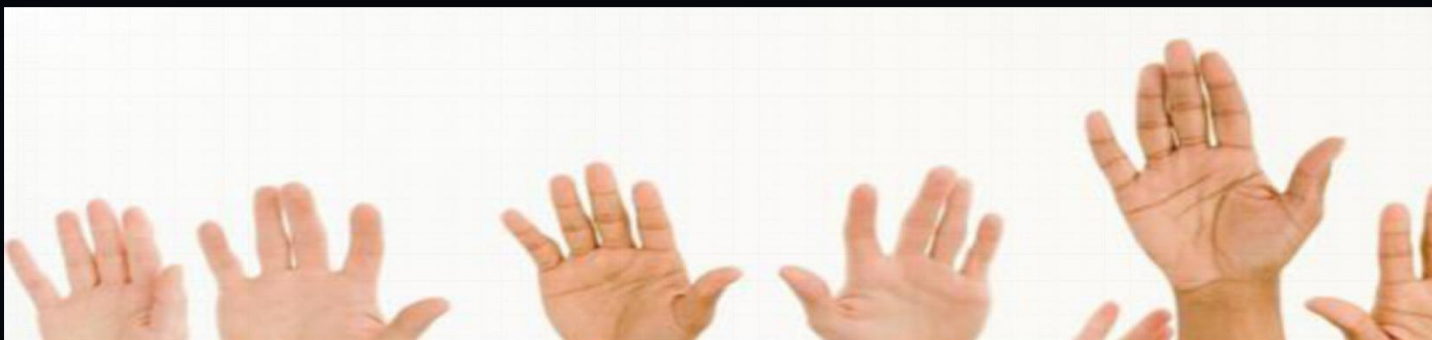
日常沙龙流程



- 价值观开场 (5 min)



- 主持人+2个主题分享+互动问答 (各30min) = 1h



- 分组主题讨论 (30min+7min共同讨论+4min小组代表分享)



- 访客介绍 (10min)

Q、为什么开场要由价值官宣讲？

A：强化社群的公益价值观和愿景，让访客了解社群组委会架构以及会员文化

Q、为什么需要两位嘉宾分享、为什么固定时间为25分钟？为什么时间到了需要立即停止？

A：两位嘉宾，其中一位一般由资历尚浅的会员或者工作2-5年的HR分享，另一位由业内资深的HR大咖分享，需要两位嘉宾，一是防止嘉宾临时爽约造成沙龙无法进行，另外就是防止其中嘉宾分享水平低引起其他访客不满两位嘉宾可以降低风险。分享时间控制在25分钟是因为一般沙龙主题25分钟分享已经足够，如果超过25分钟，必然导致分享内容冗长，拖泥带水，影响沙龙整体效果。

Q、为什么一场沙龙需要那么多的角色？

A：多角色是希望给到HR更多锻炼交流的机会，只有让更多参与进来，更多人受益、社群才会价值

Q、为什么一定要有主题讨论环节？

A、主题讨论是沙龙的精华部分，这个部分又叫做所有人答所有人，这个环节鼓励所有人发问，也鼓励所有人现场分享实际工作经验，只有每个人畅所欲言，才能算得上是一次成功的沙龙

学习社群运营请下载：百学习APP

沙龙展示



学习社群运营请下载：百学习APP

活动策划—峰会论坛展示



学习社群运营请下载：百学习APP

活动策划—饭局户外

三茅HR公会
hrloo.com

全国HR户外活动之徒步活动方案

2019年4月1日—4月30日

策划：总部 时间：2019年3月31日

05 徒步路线



➤ 围绕集合景区，设计5公里徒步路线

- 1、路线可设置多个打卡集合点，在每个打卡点进行小游戏，留影纪念。
- 2、具体打卡行程需要根据当天活动详情进行调整，如果超时可适当去掉几个打卡点。

08 下午活动时间（读书分享、益智游戏、怀旧游戏）

组织参加活动的HR按照自己的喜好选择活动
但需要提前准备好道具

- 01 **读书分享**——携带自己喜欢的一本人力资源相关的书籍，介绍给大家，互相交换阅读。
- 02 **益智游戏**——狼人杀、大富翁、掬蛋、三国杀等益智类游戏，需提前准备道具
- 03 **怀旧游戏**——放风筝、扔沙包、跳绳、等怀旧游戏，需提前准备道具

- 05 **徒步过程**——徒步过程中，大家行动的快慢不一样，要注意队伍，及时在活动群里提醒大家不要走散，或者在哪里集合。
- 06 **打卡点**——如果时间充分，可以选择2-3个打卡点进行简单的小游戏，并给与小游戏胜利者一些小奖品（笔记本、小风扇等等）
- 07 **中午聚餐**——提前在活动群让大家带好干粮、饮料和垃圾袋，中午可以一起交换食物，聚餐的时候多和HR进行交流，宣传介绍三茅HR公会
- 08 **下午游戏**——提前准备好扑克牌、狼人杀、大富翁等游戏，也可以让大家带上自己喜欢的书籍进行交流讨论。也可以提前想好一些HR方面的专业问题，让大家参与讨论，选举回答的最好的人，送上奖品

活动策划—饭局户外展示



学习社群运营请下载：百学习APP

活动复盘

< 三茅HR公会青岛分会... (392)

三茅青岛分会小秘书-茅小青

@所有人
Hello 葡萄
【采摘葡萄 相聚农家乐】
平时忙于工作的你，有多久没有走进大自然？秋高气爽季节，正值葡萄成熟之时，三茅HR公会青岛分会9月线下沙龙活动带你走进大自然，感受摘葡萄乐趣，品尝农家味道！

🕒 时间：2019年9月21日 8:30am
📍 地址：青岛市黄岛区光谷软件园27号楼集合（大巴统一前往胶南六汪葡萄园）
👤 报名接龙：

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

⚠️ 报名请接龙，让我们一起感受大自然🌿 报名成功以缴费为准，本次活动不预留名额！！

< 119 三茅HR公会2019秘... (119)

三茅公会青岛分会小秘书茅小青

上午9:06

嗯 您说

夏里根~HRO伙伴联盟点米

第一，就是周一下午发更合适，上午一般大家都忙

夏里根~HRO伙伴联盟点米

第二，提前安排几位熟悉的朋友，跟他们私下里沟通好，最起码前五个要在10分钟内有人报名

夏里根~HRO伙伴联盟点米

第三，如果关系还没处到那份上，就提前找领导沟通是，让他们也参加报名，但注意，群名不要显示自己公司的名字

三茅公会青岛分会小秘书茅小青

嗯嗯 收到

< 119 三茅HR公会2019秘... (119)

夏里根~HRO伙伴联盟点米

第四，要从这次活动的成本描述出人均需要花费多少钱，比如60元，本次活动感谢中浪优品的大力赞助，前十名报名的，优品赞助40元，十到二十名的，赞助30元，以此类推，给人创造价值感

上午9:12

三茅公会青岛分会小秘书茅小青

收到 谢谢夏总

汪秋玲

学习了

夏里根~HRO伙伴联盟点米

第五，最好活动要创造出自下而上的特征，比如这样的场景：某某人（当然你提前沟通好）跟你提出，小青，葡萄节到了，你组织大家采摘葡萄吧！然后你说好啊，我们来调查一下大家的意向，最后大家都表示赞同，你再询价格，再说寻找赞助，让一切都是自发的，体现出随意性

< 121 三茅HR公会2019秘... (119)

对 这样我们就由被动变主动了！大家的感受也更好

夏里根~HRO伙伴联盟点米

嗯，很多时候，大家做活动有压力的原因就是怕没人捧场，对不对？

夏里根~HRO伙伴联盟点米

那是因为大家的活动不是让受众自发形成的

王淑贞 上饶分会

@夏里根 『Reagan』 夏总，上饶在月底要弄一次爬山的活动，怎样的软文才能得到大家的共鸣呢🤔

宁波众信人力郭小芳

👍👍一大早收获满满，这样的分析不奢求每天每周分享一次也是幸福的

夏里根~HRO伙伴联盟点米

而要自发形成自下而上的活动，就必须如毛主席说的深入群众，而群众是谁，就是大家的铁杆

< 121 三茅HR公会2019秘... (119)

翻看了几天落下的信息，感谢👏夏总一大早打字分析的运营分享，很有收益🥰用心良苦

上海翰庸白敖敏 13818612244

@夏里根 『Reagan』

上午11:01

夏里根~HRO伙伴联盟点米

@白敖敏 白总，能够让大家愿意爬墙学习，我也感到荣幸，社群运营其实很精细，很多思维模式跟企业经营是倒置的，希望慢慢跟大家共享

华辰企划经理纪东霞河南代理商

学习了 夏总👍 @夏里根 『Reagan』

上午11:10

上海翰庸白敖敏 13818612244

我们学习了👍，一直在努力的道路上前行，9月我们即将准备一场80人左右的活动，这和我们前期的积累也是密不可分，在粉丝陆续增加的过程中我们

6 | 群维护

注册统一客服号



1、建群之前必须先注册一个客服号用于后期维护

2、客服号统一命名为“三茅HR公会XX分会”

3.头像统一使用三茅小扇或者小诸葛头像

建群要点答疑

初期微信群怎么维护，如何让微信群更活跃？

答： 毁群有三宝 政治国学和中药
兴群有三宝 女人八卦和红包
社群有三要 兴趣价值和文化

定期发布被认同且被执行的制度

- 1、社群目标方向或者目的？
- 2、群昵称，名称管理？
- 3、鼓励谈论的内容？
- 4、禁止谈论的内容？
- 5、社群成员的刷新机制？
- 6、例行的活动或者价值输出？

精细化运作微信群

- 1、观察：朋友圈，私聊，点赞+评论
- 2、记录：备注社群成员的信息
- 3、运营：微信社群的数据化运营，活动、宣传排期

宣传排期表（示例）

| 序号 | 日期 | 推送时间 | 推送内容 | 推送方向（群名称） |
|----|--------|-------|-----------|-----------|
| 1 | 10月16日 | 9:00 | 宣传海报+报名入口 | 社群微信群1群 |
| | | 14:00 | 宣传文章+报名入口 | 社群微信群2群 |
| | | 18:00 | ... | ... |
| 2 | ... | 9:00 | ... | ... |
| | | 14:00 | ... | ... |

规划微信群的日常运营活动

线上： 分享， 打卡， 游戏， 抽奖

线下： 户外、 饭局、 桌游、 KTV

一、 让用户养成一种习惯。 同质化竞争严重， 如何让用户选择你， 通过互动游戏， 让用户心中有牵挂， 慢慢养成一种习惯

二、 提高群的活跃度。 定期做群互动， 提高活跃度， 增强群内的氛围和群友的感情，

三、 增加产品的曝光率。 让用户多关注你的社群或朋友圈， 曝光率才会提高， 才能提升下单率。

7 | 业务转化

社群运营核心思维



己所不欲

勿施于人



己所欲

勿施于人



人所欲

而施于人



人我共欲

而施于人

社群运营开辟新模式



产品

- 通过社群的口碑传播效应吸引新用户，通过社群营销手段维系老客户。而社群运营对于长期性产品营销作用更大。



市场

- 社群运营，将人脉资源显性化，并进行有效转化。社群运营是开拓市场，资源转化的重要途径。



顾客

- 通过社群运营，让客户变成“自己人”，让用户和你拥有同样的一套价值观融



行业

- 社群可以容纳甲方乙方，可以容纳各行各业，可以提供创新容器，整合行业资源、布局产业链、改造商业模式

社群3年运营地图

引流维护期

第一年

建社群
搭班子
做活动
引流量

广告植入期

第二年

招会员
强黏性
搞特色
做影响

有序转化期

第三年

立品牌
树口碑
导产品
做转化

社群失败原因总结



以公司为社群、没有自发性

公司即社群，公司名即社群名、没有组委会、没有会员、没有参与感、一手包办



以赚钱为目的、吃相难看

不提供价值、只提供广告，平时无人应答、推销时广告乱飞



缺少内容支撑，无米之炊难做

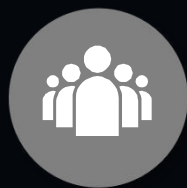
没有讲师、没有课程、没有聚会、没有互动，不能产生内容的社群很快就会沦为死群



没有运营体系指导，何以为继

社群需要运营、运营需要规范、无论是群规、欢迎话术、还是活动流程、入会门槛，都需要设计，没有设计感、仪式感的社群最终走向混乱

为什么社群是企业转型突破的契机？



重新构建公司的营销体系，突破拓客困境



用专业塑造口碑，占领品牌高地



以社群为流量平台中心，搭建交易通路



引入合作机构/产品，融会贯通

最后：

**当放下所有套路和工具，真正以朋友身份相处时，
社群自然就形成了！**