

时间：60 分钟

题目：7 道 OQ

考察点：对功能的敏感度、对用户心理的洞悉、产品专业知识……俗话说，不懂产品的设计师不是好运营，这题是你淡淡装个逼的好机会，show 几个产品的术语，也从运营角度提出意见。

tips：建议选一个被使用广泛且好玩有趣的功能（如红包、朋友圈、语音信息、微信群等），从交互性、便捷性、娱乐性等方面来阐述原因。

示例：最喜欢的功能是微信红包

- 1) 形态上，从传统的红包习俗改良而来，更容易被年龄的用户接受，使用的场景很多，到了节日可以用来包装的话题也很多；
- 2) 功能上，用户抢红包是实时高频动作具有可以吸引用户进入 app，给摇一摇、微信广告等运营活动带来巨大的流量；
- 3) 交互上，点开红包是一个简单易理解的动作，用户习惯易于养成；
- 4) 拜年红包的金额随机解决了许多用户囊中羞涩却又有社交需求的尴尬等等。

...

考察点：个人价值观和兴趣点、活动&文案策划能力

tips:

- 1) 测试你是不是网瘾患者的时候到了！什么？你想不到？看第七题啊！
- 2) 活动名称要有话题性，活动形式简单且门槛低为佳，并对拍摄场景、器材和内容做出规定和引导~

考察点：分析能力、资源获取和整合的能力、谈判技巧

tips：拉赞助什么的难不倒混过外联部的本宝宝！

- 1) 分析与活动相关的周边干系人，关键词【游戏】【选美】，往上下游产业链摸！反正我选 B 站
- 2) 测算下活动需要多少钱，然后选定合作方（要有利益关系的喔，不然谁跟你玩儿.....）
- 3) 阐述如何接触到合作方并达成合作，以及最终的合作形式。

考察点：活动策划能力、文书撰写能力、用户画像的能力

tips: 典型的策划类题目，抱紧关键词【学生】【美图】，想想学生里哪些人会喜欢用美图 app? 一定要细化目标人群，做出有针对性的运营方案!

..

考察点：沟通能力、全局观、合作意识、以客户为中心的观念

tips:

- 1) 首先确认宣传不力的问题是否真的存在，调数据、看报告、抛问卷.....
- 2) 数据证明投放效果不错——市场：这锅我们不背，跟用户解释去!
- 3) 确实宣传不力——向反馈的用户进行调研，从宣传和广告投放的各个环节（宣传策略、宣传物料、投放渠道等）分析原因，生成报表，就可以去愉快地讨论解决方案辣~

考察点：对决策链条的分析能力、沟通能力、全局观、合作意识

tips: 首先，这事儿就只有两种解决方案：

A. 这个需求老子一定要做!

B. 做不了就做不了吧.....

选择A，敬你是条汉子，赶紧用数据和事实来说明需求实现的必要性，可借助上级或联系其他部门一起施压；选择 B，就用其他途径来实现想要的效果。

考察点：热点敏感度、分析能力、信息筛选和整合能力、是否有相对稳定的价值观

tips：针对 1~2 个方向做有根据的（事实根据或数据依据）分析和评论，写深入，有对比分析就更好了。最好评价一下阿法狗事件背后的营销策略！

tips：这是一道判断行为能力倾向和工作兴趣的题目，从你对题目的喜好程度和自信程度，可以判断你对更喜欢哪方面的工作。

例：如果你认为你答策划方面的题比较好，那么你大概是个爱开脑洞、搞大新闻的人。