

2020H1OKR-2月和3月

# SaaS生态规划基础信息

---

## 蓝鲸运营推广数据模型

推广渠道：Q群（5000人）、微信群（19个，约4000人）、微信公众号（1K） 下载人数：400人（转化率4%） 部署有礼：40人（转化率10%）  
使用有礼：23人（转化率50%） 总计转化率 0.2%，去重复转化率 0.4%

核心用户数据去重复数据267 PaaS平台 26 CMDB 64 作业平台 41 故障自愈 34 蓝鲸监控 102 标准运维 28 日志检索 21 CICDKit 17 节点管理 66

目标：方向太多（内部用户、蓝鲸校园等），只保证社区方向的促活，识别真实有效的用户。其一，促进产品的使用；其二，促进基于PaaS的研发，基于标准运维、蓝鲸监控的生态。

## 2月-3月社区计划

---

### 活动时间

---

2019.02.01-2019.03.31

### 活动主题

---

升级有礼，惊喜不断

### 活动目标

---

1、复盘有多少用户在使用蓝鲸软件，鉴别真实有效的用户信息 2、引导已有用户升级到CE5.1，整合技术支持优势资源，4月份之后，不再支持老版本 3、为V6版本奠定基础，后续版本升级更方便 4、基于5.1进行版本推广的后续活动，如标准插件大王、SaaS开发、运维工程师认证

### 衡量标准

---

300人参与升级，并成功升级，以在活动页面打卡作为最终有效证明。

### 活动方案

---

2月和3月：1 Vs 1专享升级技术支持，标准运维和作业平台配合，“云参”功能的使用场景贡献

3月：将产品功能的使用可以扩展为ITSM，引导大家尽快升级体验

## 一、前置资源

- 产品功能

- 官网问卷（支持移动端填写，是否仅限QQ登录，是否要加入微信登录？）：

提供升级用户填写调查问卷的功能，具体要求为 1、用户在官网使用QQ登录

2、【问卷内容】打开问卷，可以展示当前在用的版本号（根据官网后台下载数据，匹配并显示下载的版本号），允许用户自己修正调整（若官网的数据不准确）

3、【问卷内容】选择预期升级时间段： 工作日时间： 2月3日-2月7日，2月10日-2月14日，2月17日-2月21日，2月24日-2月28日，3月2日-3月6日，3月9日-3月13日，3月16日-3月20日，3月23日-3月27日 非工作日时间（冯斌值班的时间，默认周六）： 2月8日，2月15日，2月22日，2月29日，3月7日，3月14日，3月21日，3月28日

4、【问卷内容】升级前风险评估：可以设置一些关键点，采集用户当前使用的场景深度

1) 是否有个性化调整（复选）？

- A. 登录进行了定制化调整，接入了企业登录
- B. 自研了API，接入了企业的其他系统，包括但不限于通知服务等
- C. 部分产品使用了开源产品，如将PaaS平台、配置平台、标准运维，并基于这些产品进行了二次开发
- D. 其他（用户自行补充填写）

2) 当前主机数量？

- 1-49
- 50-99
- 100-499
- 500-999
- 1000+

3) 当前主机操作系统类型？

- Windows2003
- Linux

4) 您自研SaaS上线的数量？

- 0个
- 1-3个
- 5-10个
- 10个以上

5) 核心使用了哪些场景？

- A. 基础的运维操作自动化，如脚本执行（shell\bat\sql\powershell等），文件分发，作业编排等【作业平台】【标准运维】
- B. 统一的可视化配置管理系统，如主机管理、进程端口管理、主机实时信息查询等【配置平台】
- C. 业务/主机基础性能监控，并实现故障自愈【蓝鲸监控】【故障自愈】
- D. 常见日志/数据查询，实现操作人员自主化【日志检索】
- E. 非侵入式地定制企业运维/运营系统，构建贴合企业的运维自动化工具【PaaS平台】

6) 服务支撑架构

- 公有云（如腾讯云主机）
- 私有云（如自有机房）
- 混合云

TIPS：参考以前的问卷

<https://wj.qq.com/s2/3028569/bef8/>

<http://yehe.isd.com/qcloud-apply/applySystem/p/iy2zwn9tdo>

5、提交问卷：将已有的信息写入到官网数据库中，给用户打上标签

6、风险知会：提交问卷后，给出一份升级知会说明，含有风险知会，升级前要做的事情，说明在选择的时间范围内助手会联系进行技术支持，错过时间后，相当于放弃专属技术支持的机会

7、助手操作：升级完一个用户后，助手将升级情况回填写到后台，并可以写一下本次支持的特殊操作，以便备忘

- 后台检索与通知服务：根据用户选择的时间，快速获取用户信息，并给用户推送短信通知，提前一周预约用户，提醒用户准备好，开始升级；用户升级完成后，给用户推送邮件，基于该版本的用户发送一些跟版本匹配的更新通知
- 后台助手填写服务数据：升级完一个将信息补充到客户信息里面
- S-mart性能：支持300+的图文消息评论+消息回复，需要测试验证一下打开的性能
- S-mart消息通知：当版主帖子下方有回复的时候，推送消息/发送微信给运营人员去关注，而不用天天盯着帖子每隔1h去刷新（开发同学在测试环境进行自测即可）
- 用户通讯地址信息：理论上S-mart市场有该类信息的采集，若无，需要在本次问卷中让用户填写（可以从以前采集的部分信息中，导入用户通讯地址信息，498人）
- 技术支持
  - 客服团队：通用技术支持 @刘红生、沈蔚华、冯斌
  - 部署团队：特殊疑难支持 @alickchen
- 运营物资
  - 蓝鲸公仔：300个
  - S-mart积分：升级完成一个，奖励300积分，即就是300\*300=9000积分，等价对标
  - 快递费用：预计约300\*15=4500元，走部门结算 综上总计消费：300（35+15）=1.5W
- 文档教程
  - 作业平台：输出关于“云参”功能的介绍 @nekzhang
  - 标准运维：输出一个场景案例，给用户作为模仿的Demo @jianxuewang

## 二、执行计划

计划A（前置资源充分）

- 1月14日-1月22日 1、输出风险知会内容 @冯斌 2、提前置资源需求并确认研发交付 @herazhang @nekzhang 3、输出用户调查问卷 @刘红梅 @冯斌 4、输出S-mart专题贴 @刘红梅 5、输出2月1日推送的公众号内容 @刘红梅
- 2月3日-2月7日 1、验收前置资源，尤其是产品功能，若是功能交付延期，就是用腾讯问卷，最后将用户信息再手动录入到产品功能的用户信息里面 @刘红生 @张媛 2、渠道推广：邮件（全量官网用户）、QQ群、微信群 @张世聪 3、根据约定技术支持时间，开始提供服务 @刘红生
- 2月10日-2月14日，2月17日-2月21日，2月24日-2月28日，3月2日-3月6日，3月9日-3月13日，3月16日-3月20日，3月23日-3月27日 每周输出用户升级运营数据，根据情况调整 1、奖励额度（提升，可以再+1件T恤/+200积分/Top50 完成给充电宝） 2、触达效率（不排除1对1 QQ进行沟通确认，或者官网存量用户确认） 3、每周都邮件推送，提醒升级（过滤到已经升级成功的用户，以免造成干扰） 4、每周给升级成功的用回寄送奖品 5、每周盘点，是否有用户能输出有效教程，或者有能力写案例，补充文档中心的场景案例，或者在S-mart写升级感悟分享帖（写一个奖励50QB）
- 6、每双周发一个公众号内容，继续预热，引导用户进行升级： 1）2020年认证考试基于5.1开始，赶快升级来早早准备； 2）错过了就没有机会了，1Vs1 专项技术支持升级； 3）下个迭代将

下线API 1.0，尽快升级后调整自研SaaS； 4) 传说中的运维开发挑战赛即将来临，基于5.1的新版开发框架进行SaaS开发，抢的比赛先机哦

计划B（前置资源匮乏）

- 1月14日-1月22日 1、问卷调查：使用腾讯问卷，使用大号QQ（公众号）进行 @刘红梅

### 三、风险评估

Q1、无法鉴别是升级用户还是新增用户 A1: 第一，以官网曾经是否下载和安装；第二，看看升级截图是否作有效的判断。整体风险可控，新用户参加也不作为限制

Q2：参加了1月份体验活动，来刷2月奖励 A2：可以根据1月份数据去做鉴别，升级活动的进行把控是否重复参加；参加产品使用的，还是算有效用户的

Q3：用户参加升级总数超过300，对运营物资提出挑战？ A3：按照实际参加的情况来增加；对外依旧宣传支持TOP100

Q4：用户扎堆进行技术支持？ A4：助手根据情况，进行升级时间协调；TOP2周，尽可能不要超过5个/天/助手 对接的人员数量，否则遇到同类问题，将是大面积的通用问题