2020H1OKR-2⽉月和3⽉月

SaaS⽣生态规划基础信息

蓝鲸运营推⼴广数据模型

推⼴广渠道：Q群（5000⼈人）、微信群（19个，约4000⼈人）、微信公众号（1K） 下载⼈人数：400⼈人（转

化率4%） 部署有礼：40⼈人 （转化率10%）

使⽤用有礼：23⼈人 （转化率50%） 总计转化率 0.2%，去重复转化率 0.4%

核⼼心⽤用户数据去重复数据267 PaaS平台 26 CMDB 64 作业平台 41 故障⾃自愈 34 蓝鲸监控 102 标准运维

28 ⽇日志检索 21 CICDKit 17 节点管理理 66

⽬目标：⽅方向太多（内部⽤用户、蓝鲸校园等），只保证社区⽅方向的促活，识别真实有效的⽤用户。其⼀一，促

进产品的使⽤用；其⼆二，促进基于PaaS的研发，基于标准运维、蓝鲸监控的⽣生态。

2⽉月-3⽉月社区计划

活动时间

2019.02.01-2019.03.31

活动主题

升级有礼，惊喜不不断

活动⽬目标

1、复盘有多少⽤用户在使⽤用蓝鲸软件，鉴别真实有效的⽤用户信息 2、引导已有⽤用户升级到CE5.1，整合技

术⽀支持优势资源，4⽉月份之后，不不再⽀支持⽼老老版本 3、为V6版本奠定基础，后续版本升级更更⽅方便便 4、基于

5.1进⾏行行版本推⼴广的后续活动，如标准插件⼤大王、SaaS开发、运维⼯工程师认证

衡量量标准

300⼈人参与升级，并成功升级，以在活动⻚页⾯面打卡作为最终有效证明。

活动⽅方案

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

3⽉月：将产品功能的使⽤用可以扩展为ITSM，引导⼤大家尽快升级体验

⼀一、前置资源

产品功能

官⽹网问卷（⽀支持移动端填写，是否仅限QQ登录，是否要加⼊入微信登录？）：

提供升级⽤用户填写调查问卷的功能，具体要求为 1、⽤用户在官⽹网使⽤用QQ登录

2、【问卷内容】打开问卷，可以展示当前在⽤用的版本号（根据官⽹网后台下载数据，匹配并显示下

载的版本号），允许⽤用户⾃自⼰己修正调整（若官⽹网的数据不不准确）

3、【问卷内容】选择预期升级时间段： ⼯工作⽇日时间： 2⽉月3⽇日-2⽉月7⽇日，2⽉月10⽇日-2⽉月14⽇日，2⽉月

17⽇日-2⽉月21⽇日，2⽉月24⽇日-2⽉月28⽇日，3⽉月2⽇日-3⽉月6⽇日，3⽉月9⽇日-3⽉月13⽇日，3⽉月16⽇日-3⽉月20⽇日，3⽉月

23⽇日-3⽉月27⽇日 ⾮非⼯工作⽇日时间（冯斌值班的时间，默认周六）： 2⽉月8⽇日，2⽉月15⽇日，2⽉月22⽇日，2⽉月

29⽇日，3⽉月7⽇日，3⽉月14⽇日，3⽉月21⽇日，3⽉月28⽇日

4、【问卷内容】升级前⻛风险评估：可以设置⼀一些关键点，采集⽤用户当前使⽤用的场景深度

1）是否有个性化调整（复选）？

A.登录进⾏行行了了定制化调整，接⼊入了了企业登录

B.⾃自研了了API，接⼊入了了企业的其他系统，包括但不不限于通知服务等

C.部分产品使⽤用了了开源产品，如将PaaS平台、配置平台、标准运维，并基于这些产品进⾏行行了了⼆二次开发

D.其他（⽤用户⾃自⾏行行补充填写）

2）当前主机数量量？

1-49

50-99

100-499

500-999

1000+

3）当前主机操作系统类型？

Windows2003

Linux

4）您⾃自研SaaS上线的数量量？

0个

1-3个

5-10个

10个以上

5）核⼼心使⽤用了了哪些场景？

A.基础的运维操作⾃自动化，如脚本执⾏行行（shell\bat\sql\powershell等），⽂文件分发，作业编排

等【作业平台】【标准运维】

B.统⼀一的可视化配置管理理系统，如主机管理理、进程端⼝口管理理、主机实时信息查询等【配置平台】

C.业务/主机基础性能监控，并实现故障⾃自愈【蓝鲸监控】【故障⾃自愈】

D.常⻅见⽇日志/数据查询，实现操作⼈人员⾃自主化【⽇日志检索】

E.⾮非侵⼊入式地定制企业运维/运营系统，构建贴合企业的运维⾃自动化⼯工具【PaaS平台】

6）服务⽀支撑架构

公有云（如腾讯云主机）

私有云（如⾃自有机房）

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：将已有的信息写⼊入到官⽹网数据库中，给⽤用户打上标签

6、⻛风险知会：提交问卷后，给出⼀一份升级知会说明，含有⻛风险知会，升级前要做的事情，说明在

选择的时间范围内助⼿手会联系进⾏行行技术⽀支持，错过时间后，相当于放弃专属技术⽀支持的机会

7、助⼿手操作：升级完⼀一个⽤用户后，助⼿手将升级情况回填写到后台，并可以写⼀一下本次⽀支持的特殊

操作，以便便备忘

后台检索与通知服务：根据⽤用户选择的时间，快速获取⽤用户信息，并给⽤用户推送短信通知，

提前⼀一周预约⽤用户，提醒⽤用户准备好，开始升级；⽤用户升级完成后，给⽤用户推送邮件，基于

该版本的⽤用户发送⼀一些跟版本匹配的更更新通知

后台助⼿手填写服务数据：升级完⼀一个将信息补充到客户信息⾥里里⾯面

S-mart性能：⽀支持300+的图⽂文消息评论+消息回复，需要测试验证⼀一下打开的性能

S-mart消息通知：当版主帖⼦子下⽅方有回复的时候，推送消息/发送微信给运营⼈人员去关注，⽽而

不不⽤用天天盯着帖⼦子每隔1h去刷新（开发同学在测试环境进⾏行行⾃自测即可）

⽤用户通讯地址信息：理理论上S-mart市场有该类信息的采集，若⽆无，需要在本次问卷中让⽤用户

填写（可以从以前采集的部分信息中，导⼊入⽤用户通讯地址信息，498⼈人）

技术⽀支持

客服团队：通⽤用技术⽀支持 @刘红⽣生、沈沈蔚华、冯斌

部署团队：特殊疑难⽀支持 @alickchen

运营物资

蓝鲸公仔：300个

S-mart积分：升级完成⼀一个，奖励300积分，即就是300\*300=9000积分，等价对标

快递费⽤用：预计约30015=4500元，⾛走部⻔门结算 综上总计消费：300（35+15）=1.5W

⽂文档教程

作业平台：输出关于“云参”功能的介绍 @nekzhang

标准运维：输出⼀一个场景案例例，给⽤用户作为模仿的Demo @jianxuewang

⼆二、执⾏行行计划

计划A（前置资源充分）

1⽉月14⽇日-1⽉月22⽇日 1、输出⻛风险知会内容 @冯斌 2、提前置资源需求并确认研发交付 @herazhang

@nekzhang 3、输出⽤用户调查问卷 @刘红梅梅 @冯斌 4、输出S-mart专题贴 @刘红梅梅 5、输出2⽉月1

⽇日推送的公众号内容 @刘红梅梅

2⽉月3⽇日-2⽉月7⽇日 1、验收前置资源，尤其是产品功能，若是功能交付延期，就是⽤用腾讯问卷，最后

将⽤用户信息再⼿手动录⼊入到产品功能的⽤用户信息⾥里里⾯面 @刘红⽣生 @张媛 2、渠道推⼴广：邮件（全量量官

⽹网⽤用户）、QQ群、微信群 @张世聪 3、根据约定技术⽀支持时间，开始提供服务 @刘红⽣生

2⽉月10⽇日-2⽉月14⽇日，2⽉月17⽇日-2⽉月21⽇日，2⽉月24⽇日-2⽉月28⽇日，3⽉月2⽇日-3⽉月6⽇日，3⽉月9⽇日-3⽉月13⽇日，3

⽉月16⽇日-3⽉月20⽇日，3⽉月23⽇日-3⽉月27⽇日 每周输出⽤用户升级运营数据，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（不不排除1对1 QQ进⾏行行沟通确

认，或者官⽹网存量量⽤用户确认） 3、每周都邮件推送，提醒升级（过滤到已经升级成功的⽤用户，以免

造成⼲干扰） 4、每周给升级成功的⽤用回寄送奖品 5、每周盘点，是否有⽤用户能输出有效教程，或者

有能⼒力力写案例例，补充⽂文档中⼼心的场景案例例，或者在S-mart写升级感悟分享帖（写⼀一个奖励50QB）

6、每双周发⼀一个公众号内容，继续预热，引导⽤用户进⾏行行升级： 1）2020年年认证考试基于5.1开

始，赶快升级来早早准备； 2）错过了了就没有机会了了，1Vs1 专项技术⽀支持升级； 3）下个迭代将

下线API 1.0，尽快升级后调整⾃自研SaaS； 4）传说中的运维开发挑战赛即将来临，基于5.1的新版

开发框架进⾏行行SaaS开发，抢的⽐比赛先机哦

计划B（前置资源匮乏）

1⽉月14⽇日-1⽉月22⽇日 1、问卷调查：使⽤用腾讯问卷，使⽤用⼤大号QQ（公众号）进⾏行行 @刘红梅梅

三、⻛风险评估

Q1、⽆无法鉴别是升级⽤用户还是新增⽤用户 A1: 第⼀一，以官⽹网曾经是否下载和安装；第⼆二，看看升级截图是

否作有效的判断。整体⻛风险可控，新⽤用户参加也不不作为限制

Q2：参加了了1⽉月份体验活动，来刷2⽉月奖励 A2：可以根据1⽉月份数据去做鉴别，升级活动的进⾏行行把控是

否重复参加；参加产品使⽤用的，还是算有效⽤用户的

Q3：⽤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

宣传⽀支持TOP100

Q4：⽤用户扎堆进⾏行行技术⽀支持？ A4：助⼿手根据情况，进⾏行行升级时间协调；TOP2周，尽可能不不要超过5个/

天/助⼿手 对接的⼈人员数量量，否则遇到同类问题，将是⼤大⾯面积的通⽤用问题