

# 2023年运营之光读后感(模板5篇)

读后感，就是看了一部影片，连续剧或参观展览等后，把具体感受和得到的启示写成的文章。什么样的读后感才能对得起这个作品所表达的含义呢？下面是我给大家整理的读后感范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 运营之光读后感篇一

什么是运营：随着互联网的发展，互联网产品除了产品和用户体验驱动外运营则是产品走向用户阶段最直接的连接者，运营通过一切手段干预产品，帮助产品和用户之间建立起更好的联系。

其工作划分为两个方面，一是拉新，引流，转化，二是用户维系；即带着宏观角度理解运营，带着微观和落地心态去执行运营。

运营按照职能划分为五类：内容运营，用户运营，活动运营，产品运营，渠道运营。

产品与运营的关系：产品负责界定和提供长期用户价值，运营负责创造短期用户价值+协助产品完善长期价值。

运营方法论：运营需要具备哪些能力：必备的基础素质和思维方式，工作习惯（如投入产出比意识，流程化和精细化意识，回报后置意识等）；至少一项可以拿得出手，能直接带来产出的运营硬技能（如文案，内容包装和生产，活动策划，用户推动和维系和数据分析 and 战略测定）

2个意识：目标导向意识，效率意识。前者区别于纯粹的职能支持类工作，更趋向于通过对问题的归纳分析以及整理，以设定目标为导向；后者区别于初级运营，高级运营一定在把事情逻辑理顺以后，找到目标和更容易有所产出的地方再开

始投入。

3个底层方法：1. 让自己拥有对于新鲜事物的高度敏感；2. 让自己拥有对用户的洞察；3. 学会具有洞察力和说服力的表达。

4个关键性运营思维：1. 流程化思维-梳理流程，从流程中找到解决方案；2. 精细化思维-将大问题拆解为无数细小细节执行；3. 杠杆化思维-需要有层次递进，通过杠杆来撬动更大市场；4. 生态思维-能搭建起一个生态，清楚知道其中价值关系和逻辑。

运营的一些宏观规律和逻辑：

规律1：带着短线的线性思维投入运营，往往很难做好运营；

规律3：早期产品运营，一定是围绕着口碑来进行的，把早期用户当做是最好的朋友看待。

给互联网人的3个建议：1. 拥有更多机会和选择；2. 行业技能和思维认知的提升；3. 面对选择，清楚知道自己要什么，知道自己要到哪里去。

## 运营之光读后感篇二

初识这本书是前同事和好友的推荐。说起来，跟他还缘分颇深，起码在两家公司有过交集，不过岗位和职责不同，他一直潜心互联网运营，推荐其专业相关的书一定是不会错。确实如此！开卷不久，此书立马拉进了我和作者的距离，因为作者的良好习惯我也有——“但凡我在朋友圈、微信群等地方看到有超过3个人都在提一个我此前从未听过的概念，我就一定会专门抽出至少30-50分钟的时间，去把这个我从来没听过的东西彻头彻尾搞清楚”。嗯，我也这样！

本书解答了互联网运营是什么？运营的分类及其方法论？更

宏观一些的运营规律和逻辑？甚至，作者自己提出的对互联网的一些哲学思考，甚好！摘录部分观点，不展开，以为忘却的记忆！

3、“概念层面的运营应当要大于市场”；

9、互联网运营从业者的分类：

1) 内容生产、维护型的运营：比如新媒体运营；

2) 创意策划、创意营销型的运营：活动策划，如事件、小游戏或h5等；

5) 销售型的运营：如线下商家拓展；

6) 强执行、项目推动型的运营：常规性、推动执行类的工作；

7) 策略型的运营：逻辑清晰、强大，说话表达十分清晰有条理，对数据也敏感。

10、互联网运营的能力晋级矩阵作者：见识现智

## 运营之光读后感篇三

这本书买自我借调至集团策划领导小组办公室之时，因工作需要，想找一些相关的运营素材和知识等，评分8.0以上，知乎也重点推荐。

打开书籍，首先有一堆互联网名人的强力推荐，还有作者自己的推荐序、再版序、自序引言等。总之让人有种云云亦云“这是一本好书”的感觉。

全书的内容主要包括：运营的概念、来源、技能、工作方法、规律、逻辑、以及运营职业的成长、规划、思考等。

读书中，我实在不知道全书说了一些什么，比如运营的概念就不清晰、互联网运营与其余的运营区别在哪？怎样开展互联网运营等，这些作者在书中并没有给予答复，等等。读者读者，就发现越发的坚持不下去了。

或许这样评价这本书是对作者的不尊重、但作为一名读者，我有责任来阐述一下我的观点，以求共勉。

1. 书本内在逻辑不清晰，整体结构不明朗，对运营没有宏大的解析，没有把运营两个字说清楚。
2. 举例不够透彻或者不够明晰，外行人不懂、或许内行人会认为很啰嗦，案例中的中心不突出、牵扯的知识点和面很广，导致主题不集中、观点很杂乱。
3. 某些观点，虽然是作者自身的感触和心得，很真实动人，但是只触及了皮毛，没有深究、也没有分析，知识罗列了大量的案例来进行佐证和强调，总感觉是为了写而写、为了论证而论证。

为什么要写此读后感？首先是我感受到了作者的努力表达，这与我共鸣，努力写出来的东西未达实效与预期，这点更有共鸣。其次是感觉我与作者或许都处在一个写文章方法和表达的瓶颈期，这是一个很痛苦的时期，需要更为痛苦的磨练与积累，痛定思痛，必然通透。最后希望能站在作者与读者的角度，与之神交、与之共勉。

## 运营之光读后感篇四

今天读完了运营之光，作者是一名从事运营8年之久的大牛。分享下书中的一些观点给大家。

- 1、未来互联网下半场拼的是运营；以前互联网创业热潮时候，大家都是开发产品，去抢占市场，这时研发和产品就受市场

青睐，现在很多市场已经有产品，用户对产品体验的需求更高，如何保持和稳固用户数，这时就是运营发挥作用。

2、运营是很杂但是很有趣的工作；有些刚入行的新人不太理解运营的工作，运营有的是能输出优质的内容，有的是搞定人，有的是能策划活动，所以运营是综合素质要求很高的工作，当你的工作获得用户认可时，当产品粉丝不断增长时，会发现运营的乐趣。

3、运营的职业发展如何？有的人纠结于做运营是该去大公司还是小公司，大公司流程制度完善但自己可能只是个螺丝钉，小公司从0到1独立负责一款产品但是风险很大，作者认为最好对于一名新人来说，是先去大公司磨炼一下自己的各项技能，然后再去独立负责一个完整的产品运营，作者说他成长最快的时候就是创业的那段时间。

## 运营之光读后感篇五

相信对于很多朋友来说对于运营是有些许困惑的。今天给大家分享《运营之光》这本书，希望读完这本书，能帮你解决这方面的疑惑。一千个人里有一千个哈姆雷特，我相信每个人读了这本书都有不一样的收获。

运营，是一个大的概念，但它又出现在我们生活中的方方面面，生活即运营，运营即生活。为什么会出现运营这个概念呢？从互联网发展的阶段开始，我们的商业模式就在不断地发生改变，从最初的实体交易买卖，到线上的虚拟商店交易，走过了很长一段路程，消费人群和消费观念也在不断发生着改变，所以我们需要一套灵活且不断创新的教程去不断刺激我们的消费者，直到他们与我们达成共鸣，再影响更多可以与我们达成共鸣的人。

此次疫情影响，给各中小型企业带来了严峻的考验，每个人都有深深的危机感，也一直在问自己：在这个多变的世界，

明天和意外总不会提前预告，一个人一个企业到底要拥有什么样的能力，才能有绝处逢生随时重启的自信。可能现在我们还没有找到明确的答案，但是在这段时间，我们也看到了机会，各企业迅速调整了战略方案，销售、教学、管理从线下转为线上模式，并且迅速制定出了一整套运营流程，并且收获了不少的流量，我们也在用实际行动向大家证明，我们是有希望有力量的中国人，一切考验都是我们的机会和挑战。

运营其实就是带着产品搞事情，运营人员应该是天生的导演，哪些产品角色在哪里以什么样的方式出现，吸引哪些群体，必须是一部完整精彩的戏。好的运营人是策划者，执行者，管控者，必须要有以回报后置的理念和方式，把事情做到极致的心态，敢于接受挑战，正面困难！

比如公司给到一整套的线上维护教程，里面每个时间点做什么，怎么做，注意事项，以及话术和相关的资料辅助非常的详细。我们需要做的是根据大方向，整理出一套适合自己销售运营的流程方案，根据人员特点做好分工，再将整套流程跟参与人员进行宣导。更重要的接下来的.就是操作流程：

1、剧本。先把相关的团队人员在群里布置好，哪些扮演什么角色

3、进剧组。跟客户进行沟通和铺垫之后邀请进入我们的大家庭，以朋友的方式去沟通。

5、优化成型

6、宣传

从《运营之光》这一本书中你都可以找到答案，你能看到自己身上的短板，也能看到你能够努力去创造的可能性，不管你是运营小白还是行业精英，只要你愿意学习挑战，哪怕只是作坊式的运营，只要功夫下的深，作坊也能熬成金拱门。

在这个行业间相互模仿，千篇一律的市场中，人人想要利益，人人都要盈利，要想走得长远不仅要有优秀的运营模式，更要有走心的运营管理，尤其是从线下转为线上模式，在虚构的网络中，用心才能搭建真实的信任，用爱才能成就创造的价值。