## 【自学自测】

**一、单选题**

1. （ ）是社群运营和营销的核心和关键所在。B

A．社群规模

B．社群价值

C．社群定位

D．以上均是

2. ( )是未来大规模社群复制时的超级种子用户，是复制社群规模的基础 A

A．开拓者

B．管理员

C．合作者

D．付费者

3.群规的目的主要是在（ ）和诱发刷屏两者之间寻求平衡点。B

A．群人数

B．活跃度

C．禁言

D．群目标

4.关于社群结构，描述错误的是（ ）。C

A.基于社交的群适合环形结构

B.基于学习的群适合金字塔结构

C.在环形结构中，群成员身份不可互换，群规的设置比较严格，没有弹性空间

D.在金字塔结构中，一定有个高影响力人物，然后发展一些组织者帮助管理群成员

5.以下不属于聚拢用户的方法的是（ ）。A

A.建立严格群规，避免建设小圈子

B.推出社群福利

C.多与粉丝进行交流

D.组织活动，建立线上线下连接

**二、多选题**

1. 社群可以给用户带来的价值有哪些（ ）。ABCD

A．提供某种兴趣爱好的交流机会。

B．聚集某个圈子的精英，影响更多人。

C．让某个区域或者某个圈子的人更好地交流。

D．学习提升，增长个人知识及技能

2.以下属于构建社群的步骤的是（ ）。ABCD

A.寻找同好用户

B.引流吸粉，确定群结构

C.价值输出

D.社群的运营与复制

3. 建立社群主要目的有哪些（ ）。ABCDE

A.销售产品

B.提供服务

C.拓展人脉

D.成长提升

E.打造品牌

4.应从以下哪几点培养用户习惯呢？（ ）ABCD

A.培养下意识

B.心理暗示

C.用鼓励去刺激

D.利用固定的活动

5.下面哪种社群适合用金字塔的社群结构（ ）。AB

A.考研群

B.瑜伽训练群

C.老乡群

D.篮球爱好群

**三、判断题**

1. 物以类聚，人以群分，社群是有共同特点和需求的人聚集的结果。（ ）√

2.社群的管理者就是社群的创建者。（ ）×

3.社群经营得好是没有生命周期的，是可以永远存在的。（ ）×

4 对于社群成员人数也要进行合理控制，保证群成员质量。（ ）√

**四、简答题**

1．社群的构建步骤有哪些？

（1）社群人群定位 做社群首先需要考虑的是社群目标人群是哪些，先分析这部分人，确定了他们的特点，再找有相同特点和兴趣爱好的人

（2）引流“吸粉”，确定群结构 社群初期引流很难，没有人气的社群很少有人愿意加入。首先可以从身边的朋 友入手，让他们帮忙推荐，把社群的第一批群成员拉进来 ；然后利用各种社交平台 发软文广告，在社区贴海报、做线上线下的活动，吸引对社群感兴趣或者有想法的 人主动加入。

（3）价值输出 价值输出决定了社群的寿命，一个好的、活跃的社群，除了群主、意见领袖能 够输出有价值的内容外，普通群成员也能输出。社群早期的输出主要依靠群主、意 见领袖和种子用户，有了一定的用户基础后，输出就要群体化，让普通成员也能够 参与内容输出。

（4）社群运营 社群的价值在于运营。运营需要专业的执行团队，至少承担4项工作：内容生产、 活动策划、新媒体运营、客服。

（5）优化迭代 几乎所有的互联网产品都会进行版本升级，社群需要每隔一定周期进行优化 迭代。

（6）分化群规模 社群需要可持续性的发展，在保证社群质量的前提下要适当扩大群规模。

2. 社群应包含哪些成员，其分工如何？

（1）创始人 创始人是社群组建离不开的灵魂人物，一般都有一定的人格魅力、在某领域让人信服、能号召一定的人群。

（2）管理员 有了社群的创始人，还要确定社群的管理员。作为社群的管理员，需要具备良 好的自我管理能力，以身作则，率先遵守群规，有责任心和耐心，能够做到赏罚分明，能够针对群成员的行为进行评价。

（3）参与者 社群的创始人和管理者已经确定，接下来寻找用户加入。

（4）开拓者 社群开拓者要能够深挖社群的潜能，在不同的平台对社群进行宣传与扩散，要 能在加入不同的社群后促成各种合作的达成，应具备懂链接、能谈判、善交流的特质。

（5）合伙人 拓展一定的社群合伙人，有利于社群的资源互换，也方便与其他社群相互分享， 共同提升影响力，或者通过跨界进行合作，产生互利。

（6）付费者 社群的运营和维护是需要成本的，社群的运作离不开付费者的支持，付费的原 因可以是购买相关产品、购买服务，或者基于某种原因的赞助等。

3. 聚拢用户的方法有哪些？

（1）了解群成员的需求

（2）收集评价，改进产品

（3）创新运营形式，延长社群生命周期

（4）多与群成员进行交流

（5）组织活动，建立线上线下链接

（6）分化社群，建设小圈子

（7）引导不同社群互动

（8）定期进行人员淘汰

（9）推出社群福利