

# 第二周作业——网易云课程简历面试课堂

## 一、五个可拆解的文案

### 1. 可拆解文案资料搜索

#### 案例一：网易云课堂内部资料搜索——网易云课堂官网



#### 案例二：网易云课堂内部资料搜索——网易云课堂微信公众号文章



#### 案例三：竞品——腾讯课堂(搜索来自腾讯课堂官方微博)

1. 竞品来源：由于网易云课堂为网易旗下的产品而不是单独的一个公司，因此没有使用 IT 桔子寻找竞品，采用的方法为百度搜索以及艾媒咨询：

<https://www.iimedia.cn/c400/68955.html>

2. 竞品搜索情况如下：



由上可见：

- (1) 头部竞品：腾讯课堂、有道精品课、学堂在线等
- (2) 有差异化竞品：三节课、猿辅导等

总结：搜索竞品竞品案例建议在腾讯课堂上面。



(图为竞品——腾讯课堂海报)

#### 案例四：招聘网站专门开设培训栏目——拉勾

通过在艾媒咨询上面搜索“招聘网站排行”，得到以下信息（如图），由于对各APP了解，以下APP有付费课程的招聘APP为拉勾。

互联网招聘行业主要模式

互联网招聘行业主要模式



注：来源经所有，排名不分先后  
http://www.iimedia.cn ©2018 iMedia Research, Inc.

(招聘网站)



(拉勾官微海报课程)


案例五：设计类网站——花瓣

通过花瓣网站的转采和采集人数，并结合本次作业主题“网易云课堂面试简历课程”，选取如下图案例；



## 二、拆解案例分析

### 1. 网易云内部搜索案例（选取其中一张）



真正跳槽技巧  
是什么样子？  
实现月薪翻倍的高价值跳槽

主标题

副标题


用户需求：想要  
通过跳槽实现  
薪资增长。

文案亮点：  
1. 使用反问的方式突出活动主题；  
2. 对客户进行引导，通过薪资着手。

总结海报特点：

- ①该海报从结构上面看是属于 banner 类型的写法；
- ②属于直接说出好处+促使立即行动，主标题表明了活动主题，副标题对活动主题进行详细描述。

### 2. 竞品海报文案拆解分析



腾讯内部《职场修炼》课程讲师  
鹅厂PICK  
哪些职场力？  
6月27日  
20:00-21:00  
全网直播  
刘特森  
微信支付高级产品经理

副标题

正标题

正文

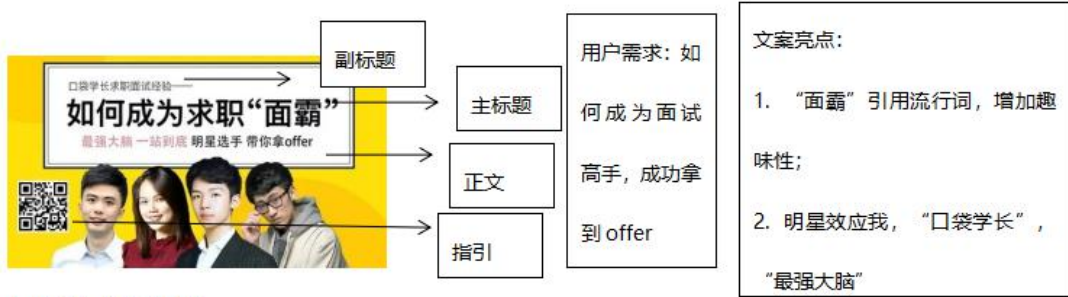
用户需求：  
进入腾讯  
需要哪些  
职场力

文案亮点：  
1. 通过反问的方式突出用户需求；  
2. 文案简洁明了  
3. 限定时间

总结海报特点：

- ①海报从结构上看是主标题+副标题+正文，属于品牌效果类海报，没有二维码和指引，属于“让用户记住品牌，分享品牌”的任务；
- ②海报主标题表明了本次活动主题——进入腾讯需要的职场里有哪些，副标题对主标题加以补充修饰，增加话题噱头。正文表明了活动的主要信息：时间+讲师信息+全网直播（全网对品牌进行宣传）

### 3. 网易云课堂内部公众号搜索



总结海报特点:

- ①从海报结构分析属于主标题+副标题+正文+指引, 属于典型的活动海报文案撰写;
- ②主标题 (What) 表明活动主题是什么采用的写法是反问的形式, 属于痛点+方案;
- ③副标题 (Why)口袋学长带来的求职面试经验, 对主标题加以修饰 (为什么会成为求职面霸);
- ④正文 (How) 对主副标题加以支撑论证, 以最强大脑一站到底的明星选手给与用户信任感;
- ⑤指引 (Action) 二维码, 促使立即行动。

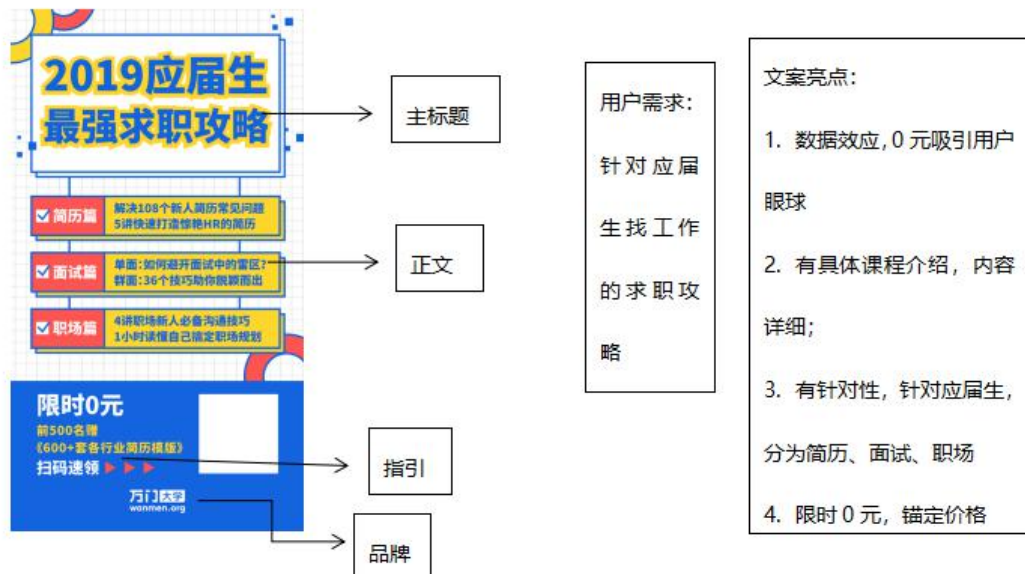
### 4. 招聘网站类文案



总结海报特点:

- ①海报从总体结构属于品牌+主标题+副标题+正文+指引;
- ②品牌: 主要是加强品牌传播以及有品牌背书, 更加具有权威性;
- ③主副标题的撰写方法为主题+价值, 适用于主题调性很明显的活动——该海报活动调性明显, 明显针对于在线教育行业;
- ④正文部分 (How), 呈现活动得相关信息, 导师信息+直播内容+直播时间;
- ⑤指引, 直接给到用户参与方式。

## 5. 花瓣海报文案拆解和分析



总结海报特点：

- ①海报从总体结构属于品牌+主标题+副标题+正文+指引；
- ②品牌：主要是加强品牌传播以及有品牌背书，更加具有权威性；
- ③主副标题的撰写方法为主题+价值，适用于主题调性很明显的活动——该海报活动调性明显，明显针对于应届生求职；
- ④正文部分（How），呈现活动得相关信息，该海报主要呈现的是活动亮点和主要内容；
- ⑤指引，锚定价格+限时促销领取，促使立即行动。

## 三、梳理产品自身特色

### 课程内容如下：

#### 第一章：如何理解面试官的心理？

我们在制作简历时，常常从自己的视角出发，考虑如何用我们的简历表现自己的实力。但面试官和我们看问题的角度往往不一致，往往在简历上写的，并不一定是面试官所关心的。

所以，面试官到底关心什么呢？我们怎样表达，才符合面试官看问题的视角？

本章，老师将会通过几个案例告诉你三大原则，教你将自己的视角转到面试官视角、剖析面试官心理。

#### 第二章：如何撰写简历？

在学习了将面试者视角转变为面试官视角之后，我们来学习具体制作简历的框架，老师将整个简历分成了四个框架，分别是：

- 个人信息框架
- 核心优势框架
- 工作经历框架
- 额外补充框架

这些框架能够快速帮助你制作一份简历出来。

### 第三章：如何丰富自己的简历？

- 对于应届生或者小白来说，没有工作经验，那么写到工作经历这一块，就会感到无从下笔。
- 对于想转行的人来说，以前的工作经历和将要转去的行业没有联系，也不知道怎么写合适。
- 而这个时候，就需要提升自己的内功了，在简历之外，输出自己的内功来展现实力。

老师在这里，通过案例给你讲解提升内功的三个方法，包括“工作流程之法”，“岗位热爱之法”，“自力更生之法”。

### 第四章：如何应对面试？

本章通过案例来讲解三个思维训练的方法，这三个方法是“思维起点训练方法”，“定义方法”，“闭环思维方法”，帮助你从容应对面试中的各种情况。

## 课程导师如下：

张明 某出行平台独角兽企业产品经理

- 拥有多年知名互联网公司工作经验，熟悉互联网行业的招聘需求，有三次成功的转行经验，先后从事程序员、游戏策划、产品经理等工作。
- 曾凭借在知乎的文章获得某内容社区类 TOP1 公司 CEO 的面试邀请，以及自己公众号的文章获得 TOP3 之一的某出行平台副总裁的面试邀请，迄今为止，公众号已积累近百篇原创文章。

## 根据课程中的七个问题总结以上问题：

七个问题	产品特点
产品有哪些值得关注的细节	①有知名互联网的工作经验，熟悉互联网行业的招聘需求；②有三次成功的转行经验；③曾在知乎上面发表的文章获得某内容社区 TOP1 公司的 CEO 面试邀请；④自己的公众号文章获得 TOP3 之一的某出行平台副总裁的面试邀请
能解决什么问题？为何能解决？	①能帮助面试者理解面试官的心理（三大原则）；②能解决如何快速撰写简历（四个框架）；③能帮助丰富简历内容（提升内功的三个方法）；④能解决如何应对面试（三个方法）

与其他同类产品有何显著特点和不同	是站在面试官的角度去应对面试，不是站在面试者自己的角度
竞争对手有哪些弱点是我们可以做的更好的	大部分课程是教面试者如何去写简历，而不是站在面试官的角度，让面试者知道面试官的心理路程，在根本上改变面试思维
哪些设计产品中的细节,过程可以体现产品的好	无
哪些实际发生的结果,用户行为可以体现产品的好	无
哪些人、事物、品牌背书可以体现产品的好	WHO: 课程导师张明 独角兽企业产品经理 WHAT: 三次成功转行经验, 品牌背书: 网易公开课课堂

#### 四、微创新文案

##### 1. 结合产品特色和优秀案例（优秀案例中可采用的点已标黄）

文案	文案结构	用户需求	文案亮点
----	------	------	------

真正的跳槽技巧是什么样子	主标题+副标题+正文	想要通过跳槽实现薪资增长。	①使用反问的方式突出活动主题; ②对客户进行引导,通过薪资着手。
鹅厂 pick 哪些职场力	主标题+副标题+正文	进入腾讯需要哪些职场力	①通过反问的方式突出用户需求; ②文案简洁明了 ③限定时间
如何成为求职“面霸”	主标题+副标题+正文+指引	如何成为面试高手,成功拿到 offer	①“面霸”引用流行词,增加趣味性; ②明星效应我,“口袋学长”,“最强大脑”
在线教育大爆发,如何抓住机会涨身价	主标题+副标题+正文+指引+品牌	如何在疫情期间,提升拿到在线教育行业的 offer	①有具体课程内容和直播嘉宾的内容; ②有针对性,针对疫情之后面试在线教育行业; ③“涨身价”抓住用户共鸣 ④限定直播时间
2019 应届生最强求职攻略	主标题+正文+指引+品牌	针对应届生找工作的求职攻略,分为简历、面试、职场,三个篇幅	①.数据效应,0元吸引用户眼球 ②有具体课程介绍,内容详细; ③有针对性,针对应届生,分为简历、面试、职场。 ④限时0元,锚定价格

通过以上优秀案例以及结合本次作业的背景资料总结分析:

①通过案例总结本次项目用户需求

目标对象: **跳槽和应届生找工作难的问题,**

**A. 首先针对应届生, 应届生:**

a. 从项目五中, 我们可得知简历、面试、职场三个部分都属于难题, 本次项目主要为教写简历、面对面试问题, 以及面试官的心理问题;

b. 应届生应该如何成为面试高手。

**B. 其次针对跳槽者:** 从项目一中我们可得知大部分的跳槽者是为了薪资翻倍;

总结案例中的用户需求：

A.提升简历写作能力；

B.通过逻辑思维能力（最强大脑），成为面试高手；

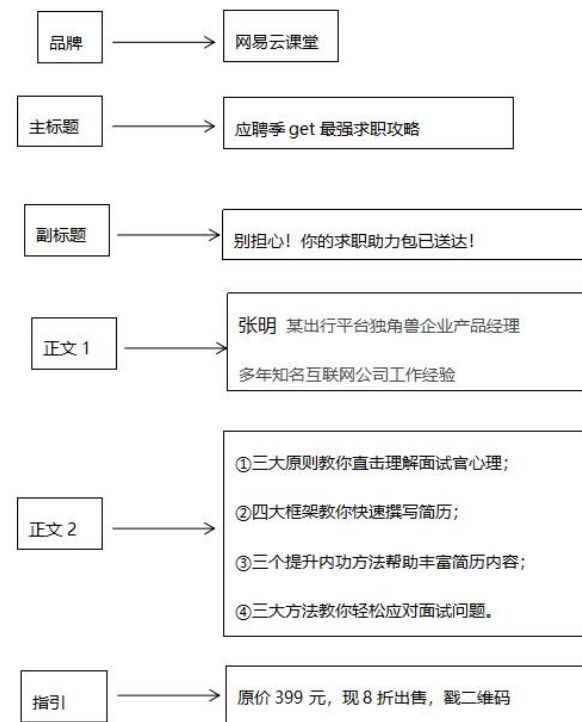
C.在疫情期间，找工作比较难的时候，如何提升自己在职场中的竞争力；

D.跳槽者如何实现升值加薪。

③由于本次项目平台为网易云课堂，海报结构可附上平台 logo，增强品牌效应，可参考项目四的海报结构，本次项目的海报结构可以考虑使用品牌+主标题+副标题+正文+指引的结构；

④突出课程亮点，但需要简洁易懂。

## 2. 微创新



微创新逻辑思维：

海报结构	参考案例	备注

品牌	案例四、案例五	有品牌效应，增加信任度，用户更容易买单，尤其针对应届生，听课会选择靠谱的平台
主标题	案例五	文案参考案例五，标题文案简单但有强烈的自信感，用户更容易相信，尤其是应届生需要一份攻略
副标题	案例四	结合案例四以及目前的时间节点，处于疫情期间，大部分用户对找工作发愁，所以文案开篇用“别担心”，让用户看到很有安全感
正文 1	案例三、案例四	有权威人士参与，会增加本次项目的噱头，也能让用户了解到本次项目的主要解决方向。
正文 2	案例二、案例五	写明本次项目的主要内容
指引	项目四、项目五	直接明了表明目的

总结：本次项目比较适合使用海报形式进行传达，项目一、项目二参考的 banner，适用于 APP 内部，但文案可做参考。

### 3. 输出海报



#### 4. 海报自检

- (1) 文案面向的用户是谁，是否明确？“跳槽....小白...”针对跳槽者和职场小白（应届生）
- (2) 文案面向用户的卖点是否清晰？正文中可体现文案卖点。
- (3) 是否出现了很多用户不能理解的概念和名词：无
- (4) 文案是否能够让你的朋友一下就能理解？已发给两个目标用户，能够理解。
- (5) 文案表述逻辑是否清晰并且上下文能够互相关联？文案结构：品牌 logo+主标题+副标题+正文 1+正文 2+指引